



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

**TRABAJO PRÁCTICO 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 DE LA QUINTA FORESTAL
“EL BOSQUE” CANTÓN MILAGRO**

**Autora: Jaramillo Muñoz Dora Julia
Tutora: Ing. Ortiz Zurita María José, Msc.**

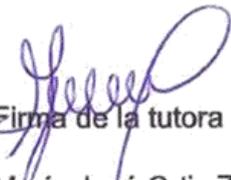
MILAGRO, ENERO 2017

ECUADOR

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

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 de la Quinta Forestal "El Bosque" del cantón Milagro presentado por la estudiante Jaramillo Muñoz Dora Julia, para optar al título de Licenciada en Turismo

Milagro, enero del 2017



Firma de la tutora

María José Ortiz Zurita

CI: 092467671-1

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, enero del 2017



Firma del estudiante

Nombre: Dora Julia Jaramillo Muñoz

CI: 091714827-2

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo en primer lugar a Dios por la vida que me ha dado y por su amor y sabiduría, por el don más maravilloso de ser madre y por darme un hogar tranquilo y unos padres que me amaron con todo su corazón.

A mis padres por todo el amor puro que me expresaron en vida desde niña y gracias a ellos aprendí a valorar a mi familia y a las personas que me rodean; Me enseñaron a compartir con los demás y a ser mejor ser humano cada día y vencer todos los obstáculos para encontrar esa gran superación de vida, sobre todo seguir adelante y así lograr alcanzar la meta que me propuse.

También dedico el caso de estudio a mi familia actual, principalmente a mi esposo por el apoyo incondicional que me supo dar para culminar con éxito mi carrera profesional; a mi ñaña por su enseñanza de vida, protección y amor que he recibido hasta ahora. Y a mis hijas que son lo más importante que tengo y a quienes demuestro todo el cariño, respeto y comprensión.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la UNEMI por haberme permitido formarme en sus aulas, para lograr los conocimientos adquiridos y poder desenvolverme en el área laboral.

Expreso mi gratitud a la Ing. Dolores Mielles Cevallos y demás docentes que compartieron conmigo sus conocimientos y enseñanzas para hacerme crecer profesionalmente y cumplir mis objetivos que me propuse; también agradezco a mis compañeros con quienes compartí las aulas universitarias y fueron testigos de mi dedicación y esfuerzo y gracias por haberme ofrecido su apoyo incondicional.

Agradezco de antemano a la Ing. María José Ortiz mi docente tutora, por haberme apoyado en la realización del presente trabajo de titulación, el cual me ofreció sus enseñanzas y ayuda para la realización del caso de estudio.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

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 de la Quinta Forestal "El Bosque" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, enero del 2017



Firma del estudiante

Nombre: Dora Julia Jaramillo Muñoz

CI: 091714827-2

ABREVIATURAS

OMT: Organización Mundial del Turismo

UNWTO: World Tourism Organization

ODS: Objetivo de Desarrollo Sostenible

GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado

MINTUR: Ministerio de Turismo

UNINTER: Centro Universitario Internacional

TIDES: Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1.1 Delimitación	5
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO	6
2.1 MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL.....	6
2.2 MARCO METODOLÓGICO.....	10
2.2.1 Investigación Cuantitativa	10
2.2.2 Investigación de Campo.....	10
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	10
2.3.1 Población Finita	10
2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS	11
2.4.1 Método Inductivo	11
2.5 RESULTADOS	11
2.5.1 Resultados de la Encuesta	11
CAPÍTULO III.....	20
PROPUESTA.....	20
3.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	20
3.1.1 Desarrollo de la Propuesta	20
3.1.2. Presupuesto	26
3.2 CONCLUSIONES	28
3.3 RECOMENDACIONES	29
BIBLIOGRAFÍA	30
APÉNDICE 1	32
ANÁLISIS DE PLAGIO.....	32
APÉNDICE 2.....	33
CARTA DE AUTORIZACIÓN	33
APÉNDICE 3.....	34

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO	34
APÉNDICE 4.....	35
MATRIZ DEL PROBLEMA	35
APÉNDICE 5.....	37
MODELO DE ENCUESTA A VISITANTES	37
APÉNDICE 6.....	38
FOTOGRAFÍAS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN LA QUINTA FORESTAL "EL BOSQUE"	38
APÉNDICE 7.....	42
LOGO DE LA QUINTA FORESTAL "EL BOSQUE"	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Resultados de la pregunta 1	11
Tabla 2 - Resultados de la pregunta 2	12
Tabla 3 - Resultados de la pregunta 3	13
Tabla 4 - Resultados de la pregunta 4	14
Tabla 5 - Resultados de la pregunta 5	15
Tabla 6 - Resultados de la pregunta 6	15
Tabla 7 - Resultados de la pregunta 7	16
Tabla 8 - Resultados de la pregunta 8	17
Tabla 9 - Resultados de la pregunta 9	18
Tabla 10 - Resultados de la pregunta 10	18
Tabla 11 - Presupuesto	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Resultados de la pregunta 1.....	12
Figura 2 - Resultados de la pregunta 2.....	12
Figura 3 - Resultados de la pregunta 3.....	13
Figura 4 - Resultados de la pregunta 4.....	14
Figura 5 - Resultados de la pregunta 5.....	15
Figura 6 - Resultados de la pregunta 6.....	16
Figura 7 - Resultados de la pregunta 7.....	16
Figura 8 - Resultados de la pregunta 8.....	17
Figura 9 - Resultados de la pregunta 9.....	18
Figura 10 - Resultados de la pregunta 10.....	19
Figura 11 - Letrero principal.....	21
Figura 12 - Área de Camping.....	21
Figura 13 - Ingreso a piscinas.....	21
Figura 14 - Bar.....	22
Figura 15 - Baños mujeres.....	22
Figura 16 - Baños hombres.....	22
Figura 17 - Baños.....	23
Figura 18 - Pase de cortesía.....	23
Figura 19 - Hoja volante.....	24
Figura 20 - Aviso de prensa escrita.....	25
Figura 21 - Cuña radial.....	25
Figura 22 – Logo de la Quinta Forestal.....	42

ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL

Título: Diseño de un Plan de Promoción Turística de la Quinta Forestal “El Bosque”, Cantón Milagro.

Resumen

El presente proyecto que se llevó a cabo tiene como objetivo Diseñar un Plan de Promoción Turística en la Quinta Forestal “El Bosque” del Cantón Milagro, para lo cual se realizó un proceso metodológico, donde se aplicaron encuestas para determinar el grado de satisfacción de los visitantes y su punto de vista respecto de la necesidad de mejoramiento del atractivo y su visibilidad ante los potenciales turistas, y de esta manera poder implementar estrategias necesarias que ayudarán a promocionarla turísticamente.

De esta forma se ha detectado que la falta de promoción turística causa que no haya un incremento considerable de nuevos visitantes, así mismo se ha determinado que la falta de adecentamiento de algunas zonas de la Quinta Forestal tales como las baterías sanitarias y áreas recreativas, hace que quienes la visitan, transmitan un mensaje negativo de la apariencia del atractivo entre sus conocidos y familiares, situación que no colabora con la promoción turística que se quiere fomentar.

Con este estudio se busca aumentar la demanda de visitantes y mejorar los ingresos económicos al sitio y de esta manera fomentar la actividad turística en el Cantón Milagro y que el atractivo se convierta en uno de los mejores lugares al ser promocionado a nivel local, regional y nacional por la belleza natural, mostrándoles que aquí se pondrán en contacto con la naturaleza y disfrutarán en familia de un ambiente natural y saludable, para así poder contribuir con el desarrollo sostenible y sustentable de la Quinta Forestal “El Bosque”.

Palabras claves: Plan, Promoción, Turismo, Atractivo, Estrategia

ABSTRACT

The present project that was carried out, aims to design a tourism promotion plan in the “Quinta Forestal El Bosque”, Milagro, for which a methodological process was carried out, where surveys were carried out to determine the degree of satisfaction of the Visitors and their point of view regarding the need to improve the attractiveness and visibility of potential tourists, and in this way to be able to implement necessary strategies that will help me to promote tourism.

In this way, it has been detected that the lack of tourism promotion causes that there is not a considerable increase of new visitors, as well as it has been determined that the lack of adequacy of some areas of the “Quinta Forestal” such as sanitary batteries and recreational areas, makes That those who visit us transmit a negative message of the appearance of the attraction between their acquaintances and relatives, a situation that does not collaborate with the tourism promotion that we want to promote.

This study seeks to increase the demand for visitors and improve the economic income to the site and thus promote tourism in the Canton Milagro and that the attraction becomes one of the best places to be promoted at local, regional and Nationally for their natural beauty, showing them that they will come into contact with nature and enjoy in family a natural and healthy environment, in order to contribute to the sustainable and sustainable development of the “Quinta Forestal El Bosque”.

Keywords: Plan, Promotion, Tourism, Attractive, Strategy.

INTRODUCCIÓN

“El Turismo nace en el siglo XIX (1801-1900) como consecuencia de la Revolución Industrial” (Monografía, s.f.) Y según los avances científicos y tecnológicos ha venido mejorando continuamente a través de sus viajes.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), “se encarga de ayudar a los destinos turísticos a impulsar y fortalecer su crecimiento, que va a contribuir en el ámbito socioeconómico de los pueblos menos privilegiados, minimizando los impactos y promoviendo el Turismo” (OMT U. , s.f.). El cual va hacer una de las estrategias principales para alcanzar los objetivos, logrando el desarrollo sostenible (ODS) de los países. Además se ha convertido en la fuente de ingreso más importante para muchos países, en especial los llamados en vías de desarrollo, que ven en la actividad turística una oportunidad de acceder a un mercado global en crecimiento.

En el año 2012, El Ministerio de turismo (MINTUR), se encargó de “liderar la actividad turística en el Ecuador; también a desarrollar sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control” (MINTUR, 2013).

Hoy en día “el Turismo también forma parte importante del comercio internacional, el cual varía de acuerdo al destino y al aumento estratégico de las competencias en el mercado” (UNWTO T. , s.f.), promueve las políticas e instrumentos fundamentales de la oferta y demanda de productos y servicios, de las cuáles tiene como finalidad ofrecer liderazgo y apoyo al sector, para expandir sus conocimientos de una manera eficiente y eficaz y así contribuir con el desarrollo de la Promoción Turística.

El Ecuador es un país con riqueza natural y cultural, el cual forma parte del turismo ecológico para la conservación del medio ambiente, frente al crecimiento del sector turístico.

En el año 2015 la Calidad Turística se fue fortaleciendo debido a “la promoción interna y externa del potencial turístico del País, que fueron los principales ejes de acción del Ministerio de Turismo del Ecuador durante el año indicado” (ECUADOR, 2015)

Este trabajo está enfocado en diseñar un Plan de Promoción Turística de la Quinta Forestal “El Bosque” ubicado en el Km. 2.5 de la vía Milagro-Naranjito del Cantón Milagro Provincia del Guayas, cerca de la línea férrea; a través del cual se espera fomentar el desarrollo económico y el crecimiento de la demanda de visitantes, debido a la aplicación de estrategias basadas en promocionar los atractivos, lo cual va a llamar la atención a los turistas a nivel local, regional y nacional; de tal forma la Quinta va a generar fuentes de ingresos económicos y más oportunidades de trabajo, a través de campañas publicitarias, que se implementarán para dar a conocer más el lugar.

Por las cuáles, los visitantes tendrían el privilegio de disfrutar las caminatas por sus 5 hectáreas de bosque que fusionan la aventura, distracción y diversión. Y termina en una hermosa laguna y así podrán disfrutar de la belleza natural que les rodean.

La Promoción Turística es importante, porque ayudará a fortalecer el Turismo y ecoturismo de la Quinta Forestal “El Bosque”, haciendo llegar su nombre muy en alto y fomentando las actividades y demanda de visitantes de los diferentes lugares de las provincias, a través de la implementación de campañas publicitarias, el cual se promocionará sus atractivos, que motiven a los turistas a conocer más del lugar. Y así poder contribuir con el desarrollo sustentable para la conservación del medio ambiente, ofreciendo un espacio donde los turistas tengan contacto directo con la naturaleza y puedan disfrutar en familia de un sitio sano y acogedor.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del Cantón Milagro, le otorgaron a la Quinta Forestal “El Bosque” La Licencia Única Anual de Funcionamiento, de tal forma, la Alcaldía de Milagro le permite el uso de las atribuciones prevista en la Ley de Turismo (MINTUR) y su Reglamento de Aplicación vigente por haber cumplido con los requisitos necesarios y así promover el Turismo a los visitantes del atractivo y que se relacionen directamente con el medio ambiente.

Por lo tanto vamos a emplear la investigación cuantitativa, del cual se realizará las encuestas para los visitantes del complejo y nos facilitará la obtención de información necesaria para y así poder determinar la falta de turistas en el lugar.

Esta investigación ayudará a un mejor planteamiento de la problemática a solucionar y poder determinar las causas y efectos; también se aplicará el método inductivo, para obtener conclusiones generales, en este caso voy a partir del problema para

llegar a cumplir mis objetivos de la investigación que se va a realizar y de tal manera fomentar el turismo con el crecimiento de la demanda de visitantes y contribuir con el desarrollo sostenible y sustentable de la Quinta Forestal “El Bosque”.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Quinta Forestal “El Bosque” es uno de los mejores sitios recreacionales que tiene el Cantón Milagro, para disfrutar entre amigos y familiares, por sus diversas distracciones que ofrece el atractivo turístico, Y es un lugar de sano esparcimiento para niños, adultos y jóvenes.

Tiene 25 años al servicio de la Comunidad Milagreña y sus alrededores, según lo señala Heriberto Barros y Luzmila Alvarado, los cuáles son los propietarios del sitio.

En Septiembre del 2014, “el Cabildo Milagreño les otorgó merecidos reconocimientos por buenas prácticas ambientales y desarrollo del turismo” (S.A, 2015). Pero en estos 2 últimos años, le ha faltado promocionar al atractivo, el cual ha generado escasez de turistas por falta de estrategias implementadas en la publicidad y en el poco manejo de la infraestructura de la Quinta Forestal, por ende se promocionará sus atractivos turísticos que va a llamar la atención al visitante y atraerlos de las diferentes provincias del Ecuador, para así fomentar la potencia turística y lograr que la Quinta forestal “El Bosque” sea uno de los lugares más reconocidos en el Cantón Milagro.

Debido a esta problemática mencionada, el proyecto se enfocará en la escasez de turistas locales, regionales y nacionales, por la falta de una campaña publicitaria para promocionar y dar a conocer el atractivo turístico, también el insuficiente mejoramiento de infraestructura en el atractivo, sobre todo las baterías sanitarias, esto afectará que los turistas no tengan una buena imagen del lugar y no puedan disfrutar en su totalidad de los diferentes sitios que posee la Quinta; por otra parte la carencia de los medios de comunicación (radio, prensa, tv y redes sociales), logrará que los visitantes tengan

desconocimiento del lugar y no se pueda promocionarlo turísticamente. Por otra parte tenemos la deficiente señalética, esto impedirá que se conozca de la existencia y ubicación del atractivo, también la falta de organización de eventos locales, generará pocos ingresos económicos a la Quinta Forestal y deficiencia de demanda turística, también tenemos la falta del logo Turístico para poderlo promocionar, esto logrará que no se pueda identificar la imagen de reconocimiento de la Quinta Forestal; Y por último tenemos la escasez de lugares de atracción turística como cabalgatas, realizar camping, observación de avistamiento de aves, ya que este lugar posee diferentes especies endémicas como animales silvestres, entre otros; El cual permitirá que los visitantes no puedan realizar más actividades turísticas, recreacionales y ecológicas y no logren estar en contacto con la naturaleza, ni tengan un ambiente agradable y acogedor, para disfrutar con amigos y familias.

1.1.1 Delimitación

La Quinta Forestal “El Bosque” está ubicada en el Km. 2,5 de la Vía Milagro-Naranjito, cerca de la línea férrea en el Cantón Milagro Provincia del Guayas. Se encuentra en la región Costa, Ecuador, tiene una extensión de 5 hectáreas de terreno y la actividad comercial es el Turismo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un Plan de Promoción Turística de la Quinta Forestal El Bosque del Cantón Milagro.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los posibles motivos, por los cuáles hay deficiencia de turistas locales, regionales y nacionales.
- Elaborar Estrategias de Promoción Turística, para dar a conocer el atractivo y llamar la atención a los visitantes.
- Promover el incremento de turistas a través de campañas publicitarias en la Quinta Forestal “El Bosque”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1 MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

La Organización Mundial del Turismo (OMT) indica que “durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación hasta convertirse en uno de los sectores económicos que se desarrollan con mayor rapidez en el mundo” (TURISMO, s.f.), el turismo se ha convertido en el motor clave del progreso socioeconómico debido al crecimiento de nuevos destinos turísticos. Por esta razón, la Organización Mundial del Turismo indica que “el número creciente de destinos se han abierto al área turística y han invertido, haciendo del mismo un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones” (OMT P. I., 2013).

Según la revista de Lideres, “el Ecuador tiene la mayor tasa de incremento de turistas extranjeros en la región, con un crecimiento de 48,7% en el número de turistas extranjeros desde el 2010 y con los niveles más altos de ocupación en América Latina hasta julio del 2015 (65%)” (Revista de Líderes, 2015); Por esta razón el Ecuador se lo considera con mejor tasa de crecimiento turístico.

Según Arthur Bormann define al turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio, trabajo o por otros motivos” (Bormann, 2012). De tal forma cabe destacar que turismo no solo son los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo sino todas las actividades que el turista realiza para satisfacer las necesidades.

En el 2014 “el Ecuador ha sido un año de crecimiento para todas la personas que realizan turismo en los diferentes lugares del país” (Turismo, 2014). El cual aumenta

cada vez más y forma parte del eje fundamental para el desarrollo socioeconómico en el sector turístico y ha marcado el camino durante los últimos años. Ellos han sido testigos de profundos cambios de ruptura, con acciones y estrategias que han permitido posicionar al sector turístico como la tercera fuente de ingresos no petroleros del país.

Ramírez Blanco cita en el diccionario de terminología Turística que “los atractivos son elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico” (Ramírez, 2012).

En la década de los años ochenta, “el mercado del sector turístico logró un mayor grado de madurez y crecimiento de la demanda, pero de una u otra forma se hizo más lenta por el exceso de la oferta” (UNWTO e. L., s.f.). Así, poco a poco fue avanzando la llegada de turistas internacionales a los lugares de atracción.

En el 2012 Philip Kotler y Amnstrong dice que el marketing “es un proceso social y administrativo mediante el cual las personas y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando valor con otros” (Amstrong, 2012). Esto indica que el mercado guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.

Philip Kotler también dice en el Libro Fundamentos del Marketing que “el Marketing adopta una perspectiva de afuera hacia adentro. Por tanto el punto de partida es un mercado bien definido y el enfoque es hacia las necesidades del cliente” (kotler, 2013). Esto nos dice que la orientación hacia el cliente y el valor son el camino que lleva a las ventas y a las utilidades.

Ricardo Hoyos Ballesteros dice que el marketing “es una herramienta que ayuda a que una empresa concrete las dos primeras características de un proceso comercial exitoso, la claridad de propósito y el foco de lo que debe hacer” (Ballesteros, 2013).

Para comprender mejor el proceso del Marketing turístico es importante tener en cuenta los elementos que intervienen y constituye el mercado; de tal forma se enfocará en la teoría de Philip Kotler en el año de 1967, el cual dice que el Marketing Mix “es el conjunto de herramientas controlables y tácticas que la empresa utiliza para producir la respuesta que desea en su mercado objetivo” (Díaz, 2012). Es todo lo que influye

en la demanda turística de los productos o servicios, por ende Philip Kotler creó las 4 P del Marketing Mix que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

De esta manera el caso de estudio se va a enfocar en la Cuarta P del Marketing Mix sobre el Diseño de un Plan de Promoción Turística, que se implementará en la Quinta Forestal “El Bosque” por la escasez de turistas locales, regionales y nacionales, a través de campañas publicitarias que motiven y llamen la atención al visitante y puedan disfrutar de la riquezas naturales y de los atractivos turísticos que posee la Quinta Forestal.

Es allí donde se crea la necesidad de poner en práctica la Comunicación y la Promoción Turística que se basa a través de la publicidad.

Según Gary Armstrong dice en el libro sobre la Introducción del Marketing que “la comunicación es parte de la Promoción ya que abarca actividades que muestran los méritos del producto y persuaden al mercado objetivo para que lo compren” (Gary, 2012); las promociones se dan a base de publicidades y cuentan mucho con los clientes por los cuáles, les motivan a observar el producto o servicio acorde a las estrategias implementadas en la marca, para así convencer al cliente y ofrecerle una mejor imagen y logren tener una mayor satisfacción en el momento de adquirirlo.

“La comunicación turística engloba las actividades de información sobre productos y acciones de la empresa que se dirigen de modo persuasivo al mercado” (Monografías C. T., s.f.), es decir, crea conocimiento a través de la información de la misma empresa, de esta manera argumenta y motiva a los posibles demandantes por medio de los productos para la satisfacción de las necesidades.

Según Luis Bassat en el libro Rojo de la Publicidad indica que “uno de los puntos esenciales se basa en explicar el comportamiento que tienen los consumidores a través de observaciones” (Bassat, 2013). Esto busca información si el riesgo es alto y encuentra en la fidelidad la compra segura y la publicidad que más le gusta, esa la vende más.”

De tal forma la Publicidad es considerada “como una herramienta de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas,

organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo” (Publicidad, s.f.).

Dentro de la comunicación se tiene las Ferias Turísticas o Jornadas Workshops “que son las más adecuadas para la promoción y consolidación de la imagen de la empresa” (Muñiz, s.f.). Es importante, porque a una feria hay que exigirle ser el punto de encuentro entre la mejor oferta y la demanda del sector. Es decir, hay que saber escoger a la feria líder para obtener una mejor rentabilidad, por ende vamos a conocer el producto, servicio o destino, intercambiando información que da como resultado una imagen favorable.

El Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible dice que la imagen Turística es importante ya que “analiza su proceso de formación, incorporando los aspectos más psicológicos y emocionales del turista y el proceso de mejora de la imagen” (TIDES, s.f.).

La Promoción Turística “es la demanda de productos y servicios y por lo tanto encontramos mayor cantidad de ofertas que obligan a las empresas a ser mayormente competitivas para estar a la altura y aun sobrepasar a la competencia” (Monografías, s.f.).

El Ministerio del Turismo señaló en el 2014 que “el Ecuador intensificó su Promoción Turística a nivel Mundial, con estrategias de promoción, en las cuales participaron empresas del sector turístico en importantes ferias y eventos relacionados con el Turismo en países de Europa, América del Norte y América del Sur” (MINTUR N. , s.f.).

Según la Universidad UNINTER (Centro Universitario Internacional) dice: “Promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en el mercado nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística” (UNINTER, s.f.).

Según Lamb Charles en el libro de Marketing dice, que la Promoción de Ventas “son las actividades de marketing, diferentes a las de ventas personales, publicidad y relaciones públicas, que estimulan la compra y la efectividad del distribuidor” (Charles, 2012).

Dentro de la Promoción Turística también se menciona “las Relaciones Públicas ya que permite conseguir una imagen favorable de credibilidad, confianza y estima; tanto del público interno como externo” (Muñoz, 2012).

El objetivo principal de la Promoción Turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando así, la relación de visitas.

2.2 MARCO METODOLÓGICO

En el Diseño del Plan de Promoción Turística para la Quinta Forestal “El Bosque”, se empleará dos métodos de investigación:

2.2.1 Investigación Cuantitativa

Realizaré una encuesta a los visitantes del atractivo para obtener información clara y concisa.

2.2.2 Investigación de Campo

Aplicaré en la observación directa, ya que es una herramienta de apoyo que me ayudará a un buen planteamiento de la problemática a solucionar.

2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar la población y muestra se realizó una investigación a los turistas que visitan la Quinta Forestal “El Bosque”, considerando los siguientes resultados:

2.3.1 Población Finita

$$\begin{aligned}n &= \frac{z^2 * p * q}{e^2} \\n &= \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2} \\n &= \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025} \\n &= \frac{0,9604}{0,0025} \\n &= 384,16\end{aligned}$$

Lo que implica que la muestra probabilística sería de **384** encuestas

n = Tamaño de la muestra

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

2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS

2.4.1 Método Inductivo

En el caso de estudio aplicaré este método científico, del cual voy a obtener conclusiones para llegar a los objetivos de la investigación que se va a realizar.

2.5 RESULTADOS

2.5.1 Resultados de la Encuesta

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia Usted visita la Quinta Forestal El Bosque?
Señale una de las opciones.

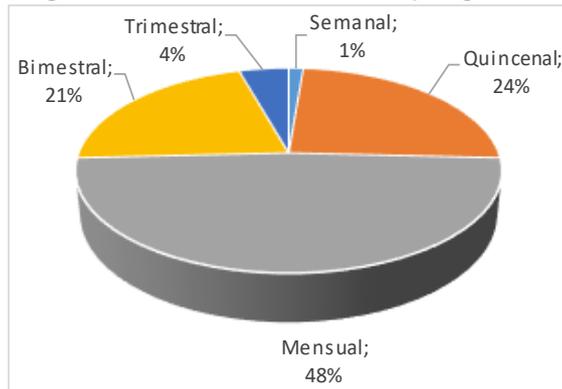
Tabla 1 - Resultados de la pregunta 1

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Semanal	5	1%
Quincenal	94	24%
Mensual	186	48%
Bimestral	82	21%
Trimestral	17	4%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 1 - Resultados de la pregunta 1



Interpretación: De esta pregunta se puede afirmar que casi la mitad, el 48% de los visitantes de la Quinta Forestal El Bosque, regresan mensualmente a sus instalaciones.

Pregunta 2. Si tuviera que evaluar nuestro negocio, nos calificaría como:

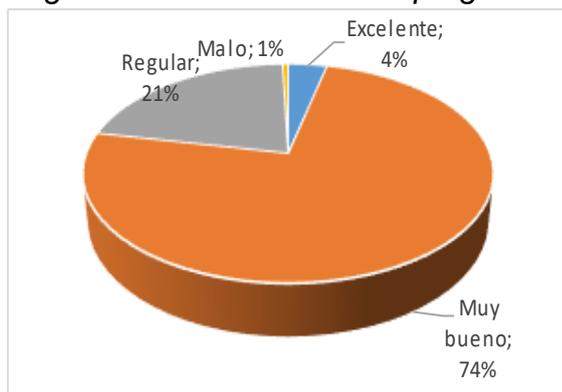
Tabla 2 - Resultados de la pregunta 2

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Excelente	14	4%
Muy bueno	286	74%
Regular	82	21%
Malo	2	1%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 2 - Resultados de la pregunta 2



Interpretación: De esta pregunta se puede deducir que la mayoría, el 74% de los encuestados tienen una imagen muy buena de la Quinta Forestal El Bosque, lo cual contribuye a que se multipliquen los buenos comentarios a los vecinos y familiares de los visitantes.

Pregunta 3. ¿Cómo conoció Usted de la existencia de la Quinta Forestal El Bosque?

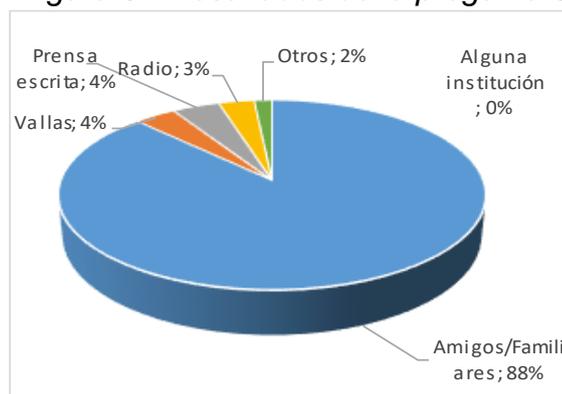
Tabla 3 - Resultados de la pregunta 3

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Recomendaciones de amigos o familiares	336	88%
Observó vallas publicitarias	14	4%
Leyó anuncios en prensa escrita	16	4%
Escuchó anuncios radiales	12	3%
A través de alguna institución	0	0%
Otros	6	2%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 3 - Resultados de la pregunta 3



Interpretación: Esta pregunta se reafirma lo determinado en la pregunta anterior, entre amigos y/o familiares, personas cercanas, es donde mejor se da el paso de la información positiva de la Quinta Forestal El Bosque, en un 88%, pudiendo provocar que nos visiten nuevos turistas.

Pregunta 4. ¿Qué tanto podría ayudar el mejoramiento de la infraestructura dentro de la Quinta Forestal El Bosque al incremento de visitantes?

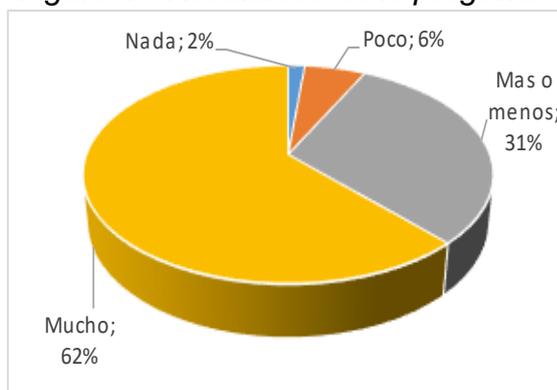
Tabla 4 - Resultados de la pregunta 4

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Nada	6	2%
Poco	22	6%
Mas o menos	118	31%
Mucho	238	62%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 4 - Resultados de la pregunta 4



Interpretación: La percepción de los visitantes de la Quinta Forestal El Bosque, un 62% indica que un excelente mejoramiento en la infraestructura (renovación de baterías sanitarias, adecentamiento de áreas recreacionales, etc.) ayudará a que más turistas se encuentren a gusto y de tal forma puedan regresar a visitar el atractivo.

Pregunta 5. ¿Usted cree que con la implementación de nuevos y/o más grandes letreros informativos y señalética, aumentaría la cantidad de turistas que visiten la Quinta?

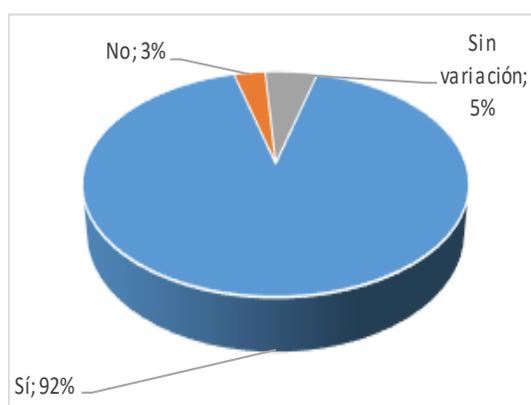
Tabla 5 - Resultados de la pregunta 5

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	352	92%
No	12	3%
Sin variación	20	5%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 5 - Resultados de la pregunta 5



Interpretación: En esta pregunta queda evidenciado que la Quinta Forestal El Bosque tiene una deficiencia de señalización externa que logre que más visitantes se percaten de su presencia y puedan visitarnos en mayor cantidad, esta es la percepción del 92% de los encuestados.

Pregunta 6. Si la Quinta Forestal El Bosque ofreciera la organización de eventos locales, ¿Usted los realizaría con nosotros?

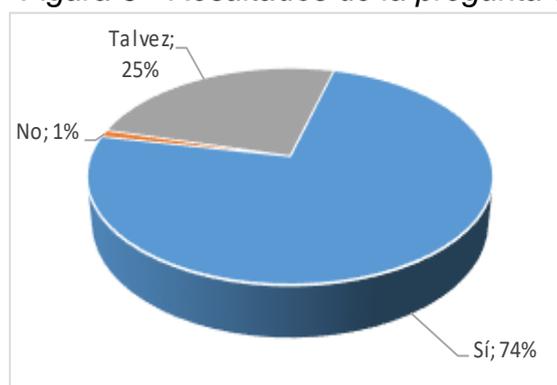
Tabla 6 - Resultados de la pregunta 6

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	284	74%
No	4	1%
Talvez	96	25%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 6 - Resultados de la pregunta 6



Interpretación: Aquí se puede notar que la construcción de un local de eventos y/o la potenciación de las áreas que ya se tienen para el efecto, tendría una muy buena acogida entre los potenciales consumidores de este servicio, un 74%.

Pregunta 7. Si la Quinta Forestal El Bosque ofreciera actividades recreacionales tales como cabalgatas, campings, etc., ¿Usted visitaría con mayor frecuencia este lugar?

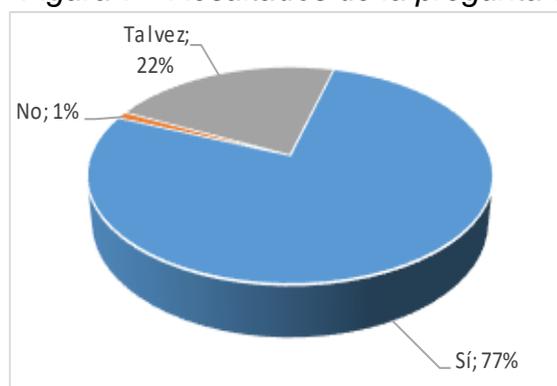
Tabla 7 - Resultados de la pregunta 7

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	296	77%
No	4	1%
Talvez	84	22%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 7 - Resultados de la pregunta 7



Interpretación: En esta pregunta se puede notar que a los visitantes de la Quinta Forestal El Bosque les agrada mucho que se realicen actividades

recreacionales, a un 77% de los encuestados, vienen a nuestras instalaciones, buscando realizar nuevas aventuras que no pueden realizar en su vida cotidiana.

Pregunta 8. ¿Cree usted que el incremento de promoción de la imagen turística ayudaría a la Quinta a ser más reconocida ante los turistas?

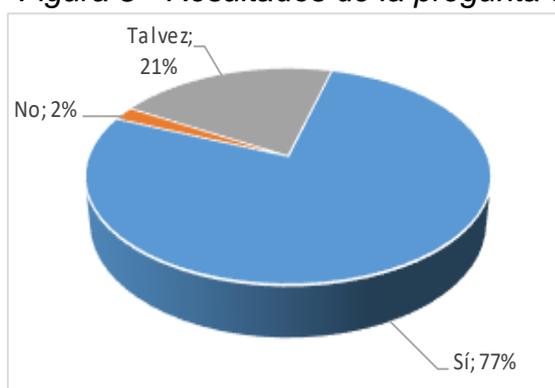
Tabla 8 - Resultados de la pregunta 8

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	296	77%
No	8	2%
Talvez	80	21%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 8 - Resultados de la pregunta 8



Interpretación: La percepción de los turistas que visitan, dice que la Quinta Forestal El Bosque no está siendo lo suficientemente promocionada, este es el sentir del 77% de los consultados, logrando deducir de este análisis que existe una imagen deficiente, situación que con este plan de promoción turística se cubrirá.

Pregunta 9. ¿Con qué grupo viene usted con más frecuencia a visitar la Quinta Forestal El Bosque?

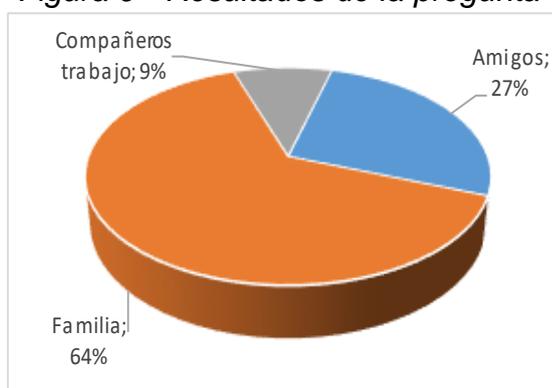
Tabla 9 - Resultados de la pregunta 9

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Amigos	102	27%
Familia	246	64%
Compañeros trabajo	36	9%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 9 - Resultados de la pregunta 9



Interpretación: En esta pregunta se puede dar cuenta que la Quinta Forestal El Bosque es ante todo un lugar de esparcimiento familiar, en un 64% de los casos, con esta información se puede enfocar nuestros esfuerzos promocionales a este segmento del mercado objetivo.

Pregunta 10. ¿Usted le gustaría obtener información de promoción turística a través de las redes sociales?

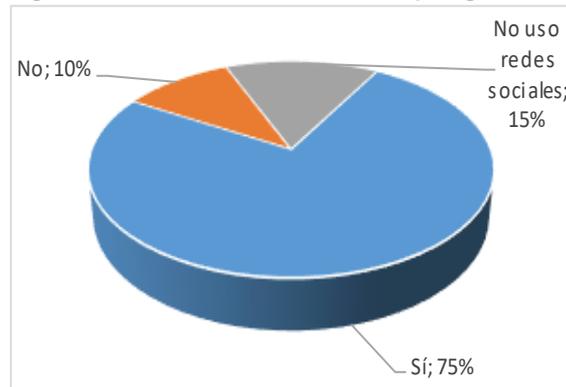
Tabla 10 - Resultados de la pregunta 10

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Sí	288	75%
No	40	10%
No uso redes sociales	56	15%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Dora Jaramillo

Fuente: Encuestas

Figura 10 - Resultados de la pregunta 10



Interpretación: Aquí se puede notar el vínculo de los visitantes con las redes sociales, siendo una muy buena opción de promoción el uso de este medio de comunicación masiva para dar a conocer y motivar la visita de más turistas a la Quinta Forestal El Bosque, a través de este análisis se ha demostrado que la gran mayoría ocupa el 75%, el cual quisieran recibir información del lugar a través de las redes sociales.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Se realizará un diseño del plan de promoción turística, el cual ayudará a potencializar su atractivo, implementando las estrategias necesarias a través de campañas publicitarias, tales como cuñas radiales, anuncios de prensa, volantes y redes sociales, que van a ayudar a promocionar el sitio turístico y llamará la atención, no sólo a los turistas locales sino a nivel regional y nacional; esto generará el crecimiento de la demanda, mejores ingresos económicos y a la vez contribuirá con el desarrollo sostenible y sustentable de la Quinta Forestal "El Bosque".

En este trabajo se aplicará dos métodos, la investigación de campo y la investigación cuantitativa, para determinar el grado de turistas que visitan el atractivo a través de las encuestas realizadas, de tal forma nos ayudará a conocer el estado de la situación actual y así poder determinar las mejores estrategias publicitarias y de esta manera se convierta en uno de los sitios turísticos más visitados del cantón Milagro.

3.1.1 Desarrollo de la Propuesta

En base a los resultados obtenidos del estudio de situación inicial realizado, la propuesta se va a enfocar en emplear una adecuada promoción publicitaria, a través del cual se dará a conocer los atractivos que ofrece la Quinta Forestal "El Bosque". Para promocionarlo mejor, se sugerirá al propietario que realice un mejoramiento en la infraestructura del lugar, entre ellos la remodelación de las baterías sanitarias, el adecentamiento de un salón de eventos y la implementación de nuevos letreros informativos que tenga una mejor visualización para que los

turistas se puedan dirigir con mayor facilidad al lugar, también pediré que se logre crear una imagen propia del atractivo para que la Quinta Forestal se diferencie de los demás complejos existentes en los alrededores del cantón Milagro.

Figura 11 - Letrero principal



Figura 12 - Área de Camping



Figura 13 - Ingreso a piscinas



Figura 14 - Bar



Figura 15 - Baños mujeres



Figura 16 - Baños hombres



Figura 17 - Baños



Es importante que se gestione la presencia en las ferias realizadas por parte del GAD Municipal para promocionar el lugar entregando volantes y dando a conocer los beneficios ecológicos de la Quinta, así mismo, que se puedan entregar entradas gratuitas para que así la población Milagreña conozca más de su existencia y puedan ir en familia o amigos a visitar el atractivo turístico para así contribuir al crecimiento de la demanda.

Figura 18 - Pase de cortesía



Cabe señalar que este lugar se encuentra cerca de la línea férrea por ende, es una buena estrategia para poder impulsarlo turísticamente y llamar la atención a los visitantes que viajan en tren, se podría entregar volantes en la estación de Milagro, justamente cuando el tren hace una parada habitual en su recorrido para promocionar el atractivo y por la exuberante naturaleza que posee la Quinta, los turistas se interesarían en visitar este lugar.

Figura 19 - Hoja volante



Ven y disfruta junto a tu familia del más sano esparcimiento rodeado de la Naturaleza a tan sólo 5 minutos del centro de Milagro, te esperamos en el Km 2,5 de la Vía a Naranjito.

**Atendemos de lunes a domingo
de 10:00 a 17:00**

PISCINAS
EVENTOS

CAMPING
RECEPCIONES

COMIDA
CABALGATAS



PRECIOS ECONÓMICOS

También se realizarían actividades de esparcimiento como las cabalgatas para que el visitante realice los paseos al aire libre y disfruten de la belleza natural que les rodean y puedan también acampar en familia, para que así se relacionen con el medio ambiente y de esta manera puedan alejarse un poco del acelerado ritmo de la ciudad.

Una de las estrategias implementadas en el trabajo a realizar es promocionar también al atractivo por medio de medios radiales y escritos como la Prensa, revistas, entre otros, para que los turistas puedan obtener mayor información y así se incentivarían a conocer más de las ofertas promocionales que se mencionen, para atraer a los visitantes y que puedan disfrutar de los beneficios que ofrece la Quinta, dentro de estas ofertas, quisiera mencionar que se aumente las cabalgatas

y el avistamiento de aves, ya que el complejo turístico posee especies endémicas, lo cual se constituye en el principal elemento diferenciador.

Figura 20 - Aviso de prensa escrita



Figura 21 - Cuña radial

QUINTA FORESTAL EL BOSQUE

CUÑA PUBLICITARIA

Medio: RADIO

Contratante: QUINTA FORESTAL EL BOSQUE

Duración: 30 segundos

Franja: Plus 1; 7am – 9am

Plus 3; 5pm – 7pm

Aparición: 5 veces por hora, dentro de la franja.

Voz: Femenina, entre 20 y 30 años.

Contenido: "En Milagro tenemos el lugar ideal para tu sano esparcimiento en familia, todos los días puedes visitarnos, tan solo necesitas 5 minutos para poder llegar al km 2,5 de la vía a Naranjito, guíese por su rótulo y venga a degustar de nuestra exquisita comida típica, disfrute de nuestras piscinas, juegos infantiles, área de camping y mucho más. También realice sus eventos sociales y empresariales en nuestras instalaciones. TE ESPERAMOS!"

¡El mejor lugar para compartir en familia!
Milagro

La existencia de este trabajo propuesto será direccionada al cumplimiento de los objetivos planteados que garanticen altos niveles de rentabilidad de la Quinta Forestal "El Bosque", haciendo que el estudio del caso realizado, sea factible.

3.1.2. Presupuesto

Son datos aproximados de lo que costará implementar las estrategias necesarias para el Plan de Promoción Turística en la Quinta Forestal “El Bosque”.

Los gastos se pueden detallar de la siguiente manera:

Tabla 11 - Presupuesto

PRESUPUESTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Volantes y folletos	Realizar campañas publicitarias	500	\$ 0.05	\$ 25,00
Gatos de letrero informativos	Ayudará a que el turista tenga una mejor visión del lugar	10	\$ 80,00	\$ 800,00
Adecuación de baterías sanitarias	Esto contribuirá a que el atractivo presente un buen servicio	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Diseñar un logo turístico	Logrará que el atractivo proyecte la imagen	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Publicidad	A través de cuñas radiales	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Entradas gratis para los turistas	Ayudará a crecer la demanda de visitantes	100	\$ 2,00	\$ 200,00
Compra de 6 caballos	Promocionando mejor los atractivos a través de cabalgatas	6	\$ 800,00	\$ 4.800,00
Gastos en mantelería para arreglos de mesa	Se logrará realizar mejoramiento de infraestructura en eventos sociales	60	\$ 5,00	\$ 300,00
Inversión de carpas	Para realizar camping en la Quinta Forestal	5	\$ 80,00	\$ 400,00

Contratación de cuñas radiales	Ayudará a que el turista se informe más sobre el lugar	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Publicidad en Prensa Escrita	Para que el turista se pueda informar sobre el atractivo ya sea por el periódico revistas	2	\$ 200,00	\$ 400,00
		690	\$ 1.587,00	\$ 7.735,00

Elaborado por: Dora Jaramillo
Fuente: Propia

3.2 CONCLUSIONES

- Después de haber realizado el caso de estudio se ha demostrado que la Quinta Forestal “El Bosque” es un sitio turístico muy acogedor y conocido por los Milagreños, pero necesita de estrategias basadas en promoción turística para poder promover sus atractivos que ayudará al crecimiento de la demanda de visitantes y así contribuir con un desarrollo sostenible y sustentable.
- Por el cual se ha determinado la escasez de los turistas tanto locales, nacionales y provinciales, ya que realizando el estudio de la población Milagreña, se ha comprobado que para atraer a más visitantes, es necesario implementar campañas publicitarias que llamen la atención a los turistas y así puedan realizar visitas en las diferentes instalaciones del atractivo y puedan disfrutar con sus amigos y familiares.
- Entre sus estrategias se necesitará realizar cuñas radiales, escritas y volantes para hacer conocer las promociones que ofrece la Quinta Forestal “El Bosque”.

De tal forma, el visitante recibirá un servicio de calidad y lograrán ponerse en contacto con la naturaleza; Y así el atractivo se desarrollará turísticamente y pueda sobresalir como uno de los mejores centros turísticos recreacionales del cantón Milagro.

3.3 RECOMENDACIONES

- Implementar esta propuesta basada en las estrategias de promoción turística, para llamar la atención a los potenciales visitantes y mejorar las condiciones del atractivo, promoviendo la publicidad y llegando a un nivel alto de reconocimiento como un lugar de atracción turística diferente.
- El propietario de la Quinta Forestal El Bosque deben buscar constantemente un valor agregado al servicio que ofrecen a la ciudadanía en general, para lograr una ventaja competitiva.
- Elaborar un análisis constante del comportamiento del cliente para establecer estrategias turísticas que satisfagan las exigencias de las personas.
- Hacer campañas publicitarias de atención al cliente, para así brindar un servicio de calidad, satisfaciendo cada una de las exigencias de los clientes.
- Realizar un estudio más profundo acerca de las estrategias de promoción turística que determinan el grado de satisfacción de los visitantes locales, regionales y nacionales, el cual se propone un monitoreo constante acerca de los gustos y preferencias de la demanda a la hora que visita la Quinta Forestal “El Bosque”.
- Promover campañas de concientización especialmente en los centros educativos para de esta manera hacer que los visitantes conozcan más del atractivo y puedan conservar los recursos naturales y disfrutar de un ambiente saludable.
- Promocionar el atractivo turístico, ofreciéndoles a los clientes ofertas especiales y precios razonables sin descuidar la calidad de los servicios, para así contribuir al mejoramiento en las áreas más afectadas.

BIBLIOGRAFÍA

Amstrong, P. K. (2012). México: Décimo cuarta edición.

Ballesteros, H. (2013). Plan de Marketing. Bogotá-Colombia.

Bassat, L. (2013). *El libro Rojo de la Publicidad*.

Bormann, A. (2012).

<http://www.miperiodicodigital.com/2012/edicion2012/cieloverde/14497-elturismo.html>.

Charles, L. (2012). Marketing Turístico. Sexta edición.

Díaz, A. H. (2012). <http://alfredohernandezdiaz.com/2012/07/24/las-4p-del-marketing-1-0-las-4c-del-marketing-2-0-y-marketing-3-0/>.

ECUADOR, M. D. (2015). <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>.

Gary, A. (2012). Introducción al Marketing. Madrid (España): Pearson Education. S.A.

kotler, a. y. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Séptima Edición.

MINTUR. (2013). <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>.

MINTUR, N. (s.f.). <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-intensifica-su-promocion-turistica-en-el-mundo/>.

Monografía, A. H. (s.f.). <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/antecedentes-historico-del-turismo/antecedentes-historico-del-turismo.pdf>.

Monografías. (s.f.). <http://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml>.

Monografías, C. T. (s.f.). <http://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml>.

Muñiz, R. (s.f.). <http://www.marketing-xxi.com/la-feria-como-herramienta-estrategica-de-marketing-68.htm>.

- Muñoz, M. S. (2012). Paraninfo.S.A. Primera Edición.
- OMT, P. I. (2013). <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415519>.
- OMT, U. (s.f.). <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>.
- Publicidad. (s.f.).
<http://brd.unid.edu.mx/recursos/PUBLICIDAD/BLOQUE1/Lecturas/1.3%20Puyblichkeit.%20Sus%20definiciones.pdf>.
- Ramírez, B. (2012). *Teoría General del Turismo*. Murcia: Diana.
- Revista de Líderes, t. (2015). <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-mayor-tasa-crecimiento-turistas.html>.
- S.A, G. P. (Abril de 2015). *MAGAZINE LO NUESTRO*, 9.
- TIDES. (s.f.). <http://www.tides.ulpgc.es/investigacion/lineas-de-investigacion/258-imagen-turistica-analisis-de-la-imagen-de-los-destinos-y-sus-empresas.html>.
- Turismo. (2014). <http://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento/>.
- TURISMO, U. (s.f.). <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- UNINTER, U. (s.f.).
http://www.universidad.uninter.edu.mx/oferta_educativa_posg_esp_turismo.html.
- UNWTO, e. L. (s.f.). <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284402694>.
- UNWTO, T. (s.f.). <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.

APÉNDICE 1

ANÁLISIS DE PLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: FORMATO TRABAJO FINAL EX COMP.docx (D24126622)
Submitted: 2016-12-07 01:03:00
Submitted By: doritajm1@gmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

BORRADOR 1 TESIS JOAMELY ZAMBRANO.docx (D9672245)
tesis 11 de febrero 2015.pdf (D13205131)
TESIS PARA EL URCO.docx (D15016079)
<http://www.eumed.net/rev/curydes/18/ruta-anos-viejos.html>
<http://dokumen.tips/documents/pasos-rtpc-105.html>
<http://qaebis1.aliat.edu.mx/conexxion/index.php/en/sample-levels/hospitalidad-y-gastronomia/1576-el-turismo-de-lujo-la-planificacion-estructurada-y-no-patrimonial-de-dubai-ano-4-numero-9>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Tur%C3%ADstica>
http://aprendeyemprende-cun.weebly.com/uploads/4/6/7/0/46706521/espíritu_empresarial_semana_4.ppt
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4357/1/T-UCE-0016-006.pdf>
<http://administracion.realmexico.info/2013/10/recursos-y-atractivos-turisticos.html>

Instances where selected sources appear:

10

Lic Anada Zambrano, MSc.
Anada
8/12/2016

APÉNDICE 2

CARTA DE AUTORIZACIÓN



Milagro, 26 de noviembre del 2016

Yo, HERIBERTO BARROS BERMEO en mi calidad de PROPIETARIO de la QUINTA FORESTAL EL BOSQUE, con R.U.C. 0900973819001, por medio de la presente, AUTORIZO a DORA JULIA JARAMILLO MUÑOZ con C.I. 0917148272 a realizar el Caso de Estudio "Diseño de un Plan de Promoción Turística de la Quinta Forestal EL BOSQUE" ubicada en el km 2,5 Vía Milagro-Naranjito, 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,

Heriberto Barros Bermeo
QUINTA FORESTAL EL BOSQUE
PROPIETARIO

APÉNDICE 3

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO



**GAD MUNICIPAL
MILAGRO**



ecuador
entre la vida

LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO RENOVACIÓN

es
idades, Inspectores, Agentes de Policía, etc del
ON MILAGRO

ALDIA DE MILAGRO, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y su Reglamento de Aplicación vigente, visto en el Registro de Inscripción N° 0910502169
ez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede la presente LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO, al establecimiento denominado:

" QUINTA FORESTAL EL BOSQUE "

Actividad	: BALNEARIO
Tipo	: BALNEARIO
Propietario	: BARROS BERMEO HERIBERTO
Categoría	: TERCERA
Capacidad	: Mesas/Hab.: - Plazas: -
.U.C	: 0900973819001
Dirección	: KM 25 VIA A NARANTJITO
Ciudad	: MILAGRO
Provincia	: GUAYAS
Cantón	: MILAGRO

terario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será
ada de conformidad a la Ley de Turismo y Reglamentos vigentes.



Ec. Denis Robles
Alcalde(a) GAD Municipal de Milagro



ALCALDIA
GAD Municipal de San Francisco de Milagro

IMPORTANTE:
Cualquier cambio de dirección, propietario o cierre del establecimiento de su represent-
ción, debe ser comunicado a la Dirección de Turismo del GAD Municipal de Milagro.

LICENCIA TENDRA VALIDEZ HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016
NO PODRÁ SER RETIRADA, NI INTERRUPTA POR NINGUNA AUTORIDAD
DE CONOCIMIENTO Y AUTORIZACIÓN DEL MINISTERIO DE TURISMO,
DEPARTAMENTO DE TURISMO Y SERVICIOS AL TURISTA, COMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES

APÉNDICE 4
MATRIZ DEL PROBLEMA

MATRIZ DE PROYECTO DE GRADO

TEMA	PROBLEMA	FORMULACIÓN	OBJETIVO GENERAL
Diseño de un Plan de Promoción Turística	La Quinta Forestal El Bosque y la escasez de Turistas locales, nacionales y provinciales por falta de campañas publicitarias	¿De qué manera las Campañas Publicitarias contribuiría al mejoramiento de promocionar los atractivos turísticos para establecer el desarrollo socioeconómico y sustentable de la Quinta Forestal El Bosque?	Diseñar un Plan de Promoción Turística de la Quinta Forestal El Bosque del Cantón Milagro.
TEMA	SUBPROBLEMA	SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVO ESPECÍFICO
Diseño de un Plan de Promoción Turística	Falta de Publicidad	¿De qué manera la falta de Publicidad afectaría a la Promoción Turística que se implementará en la Quinta Forestal El Bosque?	Identificar los posibles motivos, por los cuáles hay deficiencia de turistas locales, regionales y nacionales.

	Insuficiente mejoramiento de la Infraestructura	¿Qué estrategias se pueden aplicar para el mejoramiento de la infraestructura en la Quinta Forestal El Bosque?	Elaborar Estrategias de Promoción Turística, para dar a conocer el atractivo y llamar la atención a los visitantes.
	Deficiente Demanda Turística	¿Usted cree la escasez de Demanda Turística afectaría a la Quinta Forestal El Bosque	Promover el incremento de turistas a través de campañas publicitarias en la Quinta Forestal “El Bosque”.

APÉNDICE 5

MODELO DE ENCUESTA A VISITANTES

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO



ENCUESTA

Apreciado Turista, agradecemos mucho su visita a la Quinta Forestal "El Bosque", en nuestro afán de servirle mejor, nos encontramos realizando una investigación de mercado para mejorar los servicios que ofrecemos. Agradecemos el tiempo que dedica a esta encuesta.

Fecha _____ Sexo: F-M Edad: <18, de 19 a 40, >41 Acompañantes _____ Procedencia _____
día mes año personas desde qué ciudad nos visita?

1 Con qué frecuencia Usted visita la Quinta Forestal El Bosque? Señale una de las opciones.

Semanalmente Quincenalmente Mensualmente Bimestralmente Trimestralmente

2 Si tuviera que evaluar nuestro negocio, nos calificaría como:

Excelente Muy bueno Regular Malo

3 ¿Cómo conoció Usted de la existencia de la Quinta Forestal El Bosque?

Recomendación de amigos o familiares Observó vallas publicitarias
 Leyó anuncios en prensa escrita Escucho anuncios radiales
 A través de alguna institución Otros

4 ¿Qué tanto podría ayudar el mejoramiento de la infraestructura dentro de la Quinta Forestal El Bosque al incremento de visitantes?

Nada Poco Mas o menos Mucho

5 ¿Usted cree que con la implementación de nuevos y/o más grandes letreros informativos y señalética, aumentaría la cantidad de turistas que visiten la Quinta?

Sí No Sin variación

6 Si la Quinta Forestal El Bosque ofreciera la organización de eventos locales, ¿Usted los realizaría con nosotros?

Sí No Talvez

7 Si la Quinta Forestal El Bosque ofreciera actividades recreacionales tales como cabalgatas, campings, etc, ¿Usted visitaría con mayor frecuencia este lugar?

Sí No Talvez

8 ¿Cree usted que el incremento de Promoción de la Imagen Turística ayudaría a la Quinta a ser más reconocida ante los turistas?

Sí No Talvez

9 ¿Con qué grupo viene usted con mas frecuencia a visitar la Quinta Forestal El Bosque?

Amigos Familia Compañeros de trabajo

10 ¿Usted le gustaría obtener información de Promoción Turística a través de las redes sociales?

Sí No No uso redes sociales

Encuesta preparada por Dora Jaramillo Muñoz, Egresada de la Carrera de Licenciatura en Turismo.
 24 de noviembre del 2016

APÉNDICE 6
FOTOGRAFÍAS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN LA QUINTA
FORESTAL "EL BOSQUE"









APÉNDICE 7
LOGO DE LA QUINTA FORESTAL "EL BOSQUE"

Figura 22 – Logo de la Quinta Forestal

