



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TEMA: "PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA RUTA DE AVENTURA
DE LOS CANTONES EL TRIUNFO-BUCAY DE LA PROVINCIA DEL
GUAYAS"

Tesis Previa a la Obtención del Título de Tecnóloga en Administración Turística y
Hotelera

Autora: Janina Carpio Coronel

Tutor: Lcdo. Rogelio Vargas

Marzo, 2015

Quito- Ecuador



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Janina Solange Carpio Coronel

C.C. 092721598-8



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Janina Solange Carpio Coronel alumno de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 092721598-8



CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **CARPIO CORONEL JANINA SOLANGE**.

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el "CESIONARIO", Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el



Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “ **PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA RUTA DE AVENTURA DE LOS CANTONES EL TRIUNFO-BUCAY DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS, COMO APORTE A SU DESARROLLO**”, el cual incluye el diseño del proyecto de investigación , para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del recetario, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el recetario, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción del recetario por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del recetario; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del recetario; e) La



protección y registro en el IEPI del recetario, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del recetario; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACION DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo



prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SEPTIMA: ACEPTACION.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 22 días del mes de Octubre del dos mil quince.

f) _____
C.C. No. 092721598-8

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera



CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

A Dios primeramente, a mi Tutor de tesis profesor Rogelio Vargas y a la Directora de carrera Ing. Fritzia Mendoza por el valioso aporte técnico profesional y humano brindado en el transcurso de este semestre, a las personas que colaboraron de una u otra forma para la realización de este trabajo, y especialmente a mi papá y madre por todo su apoyo y por brindarme la oportunidad de poder estudiar.



DEDICATORIA

Este trabajo es realizado con mucho esfuerzo y dedicación de poder culminar la carrera y tener un título profesional quienes fueron de impulso mi familia, en especial Dios y mi padre Oscar Carpio al que amo, los adoro con mi vida y más allá



del infinito, ya que ellos son el motor de seguir esforzándome día a día para ser mejor, mi madre Nelly Coronel y mi hermano, tienen un papel importante, ya que es un ejemplo a seguir que con perseverancia y esfuerzo todo se puede conseguir. Y para mis abuelitos maternos que aun los conservo gracias por su apoyo, y gracias a mis abuelitos paternos que se encuentran en el cielo ya que ellos me bendicen y me cuidan día a día. Esto va dedicado con mucho cariño y amor para todos ustedes

INDICE GENERAL

DECLARATORIA	ii
CESIÓN DE DERECHOS	iii
CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	iv
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. Antecedentes	3
1.01. Antecedentes de Estudios	3
1.01 CONTEXTO	6
1.01.1 Marco Conceptual	6
Plan de Marketing	6



Promoción Turística	7
Promoción	8
TURISMO DE AVENTURA	13
Definición De Turismo Aventura	13
Turismo aventura	13
1.01.2 ANTECEDENTES HISTORICOS	16
Provincia del Guayas	16
CANTONES DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.....	19
GRAL. ANTONIO ELIZALDE (BUCAY)	20
CANTÓN EL TRIUNFO	26
Características	31
1.02. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:.....	33
1.03. DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL:	35
CAPITULO II	36
2. ANALISIS DE INVOLUCRADOS	36
2.01. MAPEO DE INVOLUCRADOS	36
2.02. MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS	37
CAPITULO III	38



3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS	38
3.01. Árbol de problemas	38
3.02. Árbol de objetivos	39
IV.....	40
4. Análisis de Alternativas	40
4.01. Matriz de Análisis De Alternativas	40
4.02.1 Análisis Teórico	41
4.03 Diagrama de Estrategias.....	42
4.04 Matriz del Marco Lógico	44
.....	45
5. Propuesta	45
5.01. Antecedentes de la Herramienta	45
5.01.1 Investigación de Mercado	45
5.01.2 Componentes de la investigación de Mercados	47
5.01.3 PLAN DE MARKETING	47
Marketing	48



5.01.4	PRODUCTO	48
5.01.5	PLAZA	50
5.01.6	PRECIO	50
5.01.7	PROMOCIÓN	51
5.02.	Descripción de la herramienta o metodología que propone como solución	52
5.02.1	Cómo se define la investigación	52
5.02.1.2.	Tipo de investigación	53
5.02.1.3.	Investigación Aplicada	53
5.02.1.4.	Diseño de la investigación	53
5.02.1.5.	Métodos para el desarrollo de la investigación	54
5.02.2	Herramientas a Utilizar para la Investigación	55
5.02.2.1.	Técnicas de Investigación	55
5.02.2.2.	. Instrumentos de la Investigación	59
5.02.2.2.1.	LA ENCUESTA	59
5.02.2.2.2.	Diseño de la encuesta	59



5.02.2.2.3. Tamaño de la encuesta	59
5.02.2.2.4. Tipos de pregunta	60
5.03. Formulación del Proceso de la Aplicación de la Propuesta	61
5.03.1 Investigación de Mercado	61
5.03.1.1. POBLACIÓN	61
5.03.1.2. CALCULAR LA MUESTRA	63
5.03.1.3. Modelo de la encuesta	65
5.03.1.4. Tabulación de los datos	66
5.03.1.5. Análisis de la investigación de mercado	75
5.03.1.6. Plan de Marketing	
	76 CAPITULO
	VI.....
	88
6. Aspectos Administrativos	88
6.01.1 RECURSOS	88
6.01.2 TALENTO HUMANO	88



6.01.3	MATERIALES	89
6.01.4	TECNOLOGÍA	89
6.01.5	RECURSOS ECONÓMICOS.....	90
6.2	PRESUPUESTO	90
6.3	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	91
CAPÍTULO VII	92
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
7.1	CONCLUSIONES	92
7.02	RECOMENDACIONES	93
Anexos	94
BIBLIOGRAFÍAS	114
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	115
INFORMES	115

ÍNDICE DE FIGURAS



Figura No. 1 Mapeo de involucrados	
36	
Figura No. 2 Árbol de problemas	
38	
Figura No. 3 Árbol de objetivos	
39	
Figura No. 4 Diagramas de estrategias	42
Figura No. 5 Estudio de mercado	
46	



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Mapa de los Cantones de la Provincia del Guayas	19
Gráfico No. 2 Cantón Bucay	20
Gráfico No. 3 Grafico N. 3 mapa del Cantón Bucay	23
Gráfico No. 4 División parroquial del Cantón El Triunfo	26
Gráfico No. 5 Mapa de ubicación del cantón El Triunfo	28
Gráfico No. 6 Límites Cantonales del Cantón El Triunfo	30
Gráfico No. 7 Pregunta 1	67
Gráfico No. 8 Pregunta 2	68
Gráfico No. 9 Pregunta 3	69
Gráfico No. 10 Pregunta 4	70
Gráfico No. 11 Pregunta 5	71
Gráfico No. 12 Pregunta 6	72
Gráfico No. 13 Pregunta 7	73
Gráfico No. 14 Pregunta 8	74
Cuadro No. 2 Matriz de análisis de involucrados	37
Cuadro No. 3 Matriz de análisis de alternativa e impactos de los objetivos.....	41
Cuadro No. 4 Matriz del marco lógico	45
Cuadro No. 5 Pregunta 1	67
Cuadro No. 6 Pregunta 2	69
Cuadro No. 7 Pregunta 3	70
Cuadro No. 8 Pregunta 4	70
Cuadro No. 9 Pregunta 5	72
Cuadro No. 10 Pregunta 6	73
Cuadro No. 11 Pregunta 7	74
Cuadro No. 12 Pregunta 8	75
Cuadro No. 13 Precios de paquetes de la Ruta de Aventura	81
Cuadro No. 14 Talento Humano.....	89



Cuadro No. 15 Materiales.....	90
Cuadro No. 16 Tecnología.....	91
Cuadro No. 17 Recursos Humanos.....	91
Cuadro No. 18 Presupuesto	91
Cuadro No. 19 Cronogramas de actividades	93

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto de Plan de promoción turística de la ruta de aventura de los cantones El Triunfo- Bucay de la provincia del Guayas, como aporte a su desarrollo, propone como finalidad el incremento de turistas nacionales y extranjeros, que conozcan y vivan una experiencia diferente a lo natural, que es lo que ofrece la ruta.

El objetivo general del proyecto, es aumentar la afluencia de los turistas nacionales y extranjeros, para lo cual se debe empezar por los propios ecuatorianos de las diferentes regiones del país, que conozcan el potencial turístico que esta ruta ofrece.

Este proyecto muestra como resultado el incremento de ingresos económicos a sus habitantes, ya que generara nuevas plazas de trabajo y les ayudara a realizar emprendimientos nuevos que los lleve a tener un buen beneficio.



Para poder respaldar el proyecto cuento con información investigada, detallada además de las encuestas, realizando las estadísticas correspondientes y visitas realizadas a la ruta de aventura.

Para lo cual cuenta este proyecto de siete capítulos, en donde se detalla la investigación científica I+D+I, del Plan de Promoción Turística de la Ruta, que serán llevados a cabo para la realización del mismo proyecto.

ABSTRACT

This project for the Touristic Plan Promotion of the Adventure Rout of the cantons El Triunfo-Bucay of the province of Guayas, proposes as an ending, the rising of local and foreign tourists, for them to get to know and live an experience different to what is common, which is what the rout offers.

The general objective of the project is to increase the fluency of local and foreign tourist, to do this; we must begin by making Ecuadorians of different regions to know the touristic output that this rout offers.

This project shows as a result, the economic growth of its habitants do to the fact that it generates new working opportunities and it helps them develop new ideas for their own benefit.

To support this project I have information that has been investigated, detail and polls, the relevant statistics and visits to the Adventure Rout have been done.



For which, this project has 7 chapters that detail scientific investigation I+D+I of the Touristic Plan Promotion, which will be put into action for the realization of this project.



INTRODUCCIÓN

La ruta de aventura de la provincia del guayas fue creada con el fin de promover turismo en los cantones El Triunfo- Bucay, para dar a conocer los principales destinos que estos ofrecen, ya que los dos cantones se encuentran geográficamente en una zona de límites provinciales, ambos entre la costa y la sierra lo cual les da una característica de poseer un clima semi-húmedo.

La ruta de aventura se encuentra a una hora y media de la ciudad de Guayaquil, por la vía Duran-Riobamba, existen lugares escondidos paradisiacos para poder disfrutar de la máxima adrenalina en una aventura emocionante como el Refugio Campestre Las Palmas, vía El Triunfo- Huigra, o la Hostería Casa de Piedra, donde ofrece servicio de hospedaje y emocionantes recorridos hacia la ruta de las 7 cascadas. Como también tenemos la hostería finca El Progreso, continuando tenemos El Rincón de Daniel en donde se puede disfrutar de una variedad de gastronomía y bebidas típicas del lugar como el jugo de caña en el trapiche.

Este proyecto impulsa a un plan de promoción turística de la ruta, para que ellos puedan brindar servicios de calidad y tener una mejor capacitación e información acerca de los sitios que poseen, ya que en la actualidad existe una baja afluencia de turistas, por lo que pocos conocen sobre la existencia de esta ruta.



Con la participación de inversionistas, de entidades públicas y privadas el turismo generaría nuevas plazas de trabajo que puedan tener un sustento económico y puedan brindar servicios de calidad.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Antecedentes de Estudios

Tema: Plan de Promoción y Difusión Turística para la Parroquia San Juan de Pastocalle, ubicado en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Autor:



Tamayo Coba, Henry David

Año: 2012

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Conclusión: De la presente tesis podemos hacer referencia acerca del marketing turístico, lo cual es un concepto bastante amplio para la investigación de la presente tesis, como otro punto importante se tiene el proceso de investigación comercial del marketing turístico. El gráfico número cuatro nos muestra el ejemplo del proceso de la investigación: delimitación (problema de estudio y objetivo de la investigación), planificación (desarrollo del plan de la investigación), implantación plan de investigación (recolección y análisis de datos), resultado (interpretación de los datos e informe final). Otro punto importante del presente ejemplo de esta tesis es los diferentes papeles de la formación de la demanda y oferta en donde observamos varias definiciones: ofertantes, operadores, demandantes, compradores, consumidores.

Tema: "Plan Estratégico para la promoción turística del cantón Rumiñahui provincia de Pichincha"

Autor: Barragán Sánchez María del Carmen

Año: Periodo 2005-2016

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial Facultad de Turismo y Preservación Ambiental, Hotelería y Gastronomía



Conclusión: De la presente tesis sirve como ejemplo determinar el objetivo de un plan estratégico para la promoción turística que requiere el plan de promoción turística de la ruta de aventura de los cantones El Triunfo y Bucay de la provincia del Guayas. Otro ejemplo que se tomara es la tabulación de datos del detalle y gráficos con sus respectivos resultados. El análisis FODA es uno de los ejemplos más importante lo cual muestra como determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas de los cantones El Triunfo y Bucay.

Tema: “Promoción del turismo de la provincia del Guayas a través de la implementación de una tour-operadora especializada en la Ruta del Pescador”

Autor: Anthony Ahmed Manzur Cabello

Año: 2012

Institución: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Facultad de Especialidades Empresariales, Carrera de Ingeniería en

Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Comentario: De este presente proyecto se tomara en cuenta un ejemplo de tipos de investigación, la cual nos sirve para determinar el diseño de investigación de mercado de modo exploratorio y descriptivo. Como también indica el ejemplo de los instrumentos y técnicas de investigación como es las encuestas y entrevistas.

Otro ejemplo es la investigación de mercado lo cual es medir el grado de aceptación que tendrá la operadora turística especializada en la promoción.

Otro punto importante de la tesis de modelo es El segmento de mercado sirve donde tiene definiciones de población, tamaño de la muestra, análisis de los resultados.

1.01 CONTEXTO

1.01.1 Marco Conceptual

Plan de Marketing

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Este no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan



general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados. En marketing, como en cualquier otra actividad gerencial, toda acción que se ejecuta sin la debida planificación supone al menos un alto riesgo de fracaso o amplio desperdicio de recursos y esfuerzos. Si una acción no planificada tiene éxito, nos deberíamos preguntar qué hubiésemos conseguido de más al operar bajo un plan. Intentar que un proyecto triunfe sin servirse de un plan de marketing es como tratar de navegar en un mar tempestuoso sin cartas marítimas ni destino claro. El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia la meta, a la vez informa con detalle de la situación y posicionamiento en los que nos encontramos, marcándonos las etapas que se han de cubrir para su consecución. Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dándonos así una idea clara del tiempo que debemos emplear para ello, qué personal debemos destinar para alcanzar la consecución de los objetivos y de qué recursos económicos debemos disponer. Sin un plan de marketing nunca sabremos cómo hemos alcanzado los resultados de nuestra empresa, y por tanto, estaremos expuestos a las convulsiones del mercado. Los rápidos cambios que se producen en el mercado y la llegada de las nuevas tecnologías están obligando a realizarlo de forma más bien forzada; será



con el transcurso del tiempo cuando nos damos cuenta de las múltiples ventajas que produce la planificación lógica y estructurada de las diferentes variables del marketing. (Muñiz R. , 2014)

Promoción Turística

Es que un potencial cliente o comprador (persona, empresa, organización, gobierno) adquiera o compre un producto que necesita o desea (sea un bien, servicio, idea, lugar, persona o combinaciones de éstas), necesita antes: 1) saber de su existencia, 2) sentirse persuadido para comprar ese producto y 3) recordar que existe. Por tanto, si queremos lograr que los potenciales clientes compren un producto X (que obviamente tiene que ser de buena calidad, satisfacer necesidades o deseos, tener un precio que los clientes están dispuestos a pagar y estar disponible en el lugar y tiempo precisos), es indispensable realizar una serie de actividades que comuniquen adecuadamente a esos potenciales clientes la existencia de ese producto, lo persuadan para que lo compre y lo luego le recuerden que existe. Y todo esto, es parte de una herramienta de marketing: La PROMOCIÓN. (Muñiz R. , El plan de marketing, 2014)

Promoción

Algunos expertos en temas de marketing:

Stanton, Etzel y Walker, definen la promoción “como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 506)

Según Jerome McCarthy (quién introdujo el concepto de las 4P's del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, “la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”. A esto añaden algo a tomar en cuenta: “La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto”. (McCarthy & Perreault, 1997, pág. 446)

Para Kerin, Hartley y Rudelius, la promoción representa el cuarto elemento en la mezcla de marketing. El elemento promocional consta de herramientas de comunicación, entre ellas, la publicidad, las ventas



personales la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo. La combinación de una o más de estas herramientas de comunicación recibe el nombre de mezcla promocional. (Kerin, Hartley, & Rudelius, 2009, pág. 464)

Ahora, cabe mencionar que expertos como Kotler y Keller no utilizan el término promoción para referirse a ésta herramienta o elemento de la mezcla de marketing, sino que la denominan “Comunicaciones de Marketing” y la definen como “el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores”. Para ambos expertos, la mezcla de comunicaciones de marketing “está integrada por seis tipos de comunicaciones principales:

Publicidad, Promoción de ventas, Eventos y experiencias, Relaciones públicas y publicidad, Marketing directo y Venta Personal". (Kotler Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 464)

Explicado de Forma Más Detallada:

La promoción es una herramienta del marketing, aunque también se dice que es un elemento del mix de marketing (los otros son el producto, precio y plaza). En todo caso, ya sea como herramienta o elemento del mix, la promoción tiene objetivos que lograr y sus propias herramientas para hacerlo, como veremos a continuación:

La promoción tiene como objetivo general influir en las actitudes y comportamientos del público objetivo a favor de los productos y de la empresa que los ofrece. Esto significa que la promoción puede influir: 1) (si tomamos en cuenta la definición de actitud, de Kimball Young), en la tendencia o predisposición que tienen las personas a responder de un modo bastante persistente y característico, por lo común positiva o negativamente (a favor o en contra), con referencia a una situación, idea, valor, objeto o clase de objetos materiales, o a una persona o grupo de personas, y 2) el comportamiento o la manera de proceder que tienen las personas, en relación con su entorno o mundo de estímulos. (Thompson I. (2010, Junio), Que es

promoción, extraído de <http://www.marketingintensivo.com> , recuperado 2015,

Enero 20)

La promoción tiene objetivos específicos que son: informar, persuadir y recordar al cliente la existencia de productos y servicios.

Es decir, dar a conocer las características, ventajas y beneficios de un producto (informar), conseguir que los potenciales clientes actúen comprando el producto (persuadir) y mantener el nombre de marca en la memoria de los clientes (recordar). Ahora, se debe tener en cuenta que éstos objetivos específicos van cambiando en función del ciclo de vida del producto, por ejemplo, en la etapa de Introducción se tendrá como objetivo informar al público objetivo acerca de la existencia del producto y de sus características, beneficios e incluso ventajas. En la etapa de Crecimiento se puede optar por el objetivo de persuasión, en el que se hará hincapié en las ventajas y beneficios y se pretenderá llevar al potencial cliente hacia la acción de comprar. En la etapa de Madurez, se elegirá el objetivo de “recordar” en el que se puede poner más énfasis en los beneficios. En todo caso, la directriz de utilizar la promoción como una valiosa herramienta del marketing que tiene la función de contribuir a la satisfacción de las necesidades y/o deseos del público objetivo, se utiliza en todas las etapas del ciclo de vida del producto. La promoción incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, la promoción de

ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y (según Kotler y Keller) los eventos y experiencias, para lograr sus objetivos (generales y específicos). A continuación, veremos un cuadro que incluye los elementos que dispone cada una de estas herramientas.

(Thompson I. (2010, Junio), Que es promoción, extraído de

<http://www.marketingintensivo.com> , recuperado 2015, Enero 20)

Publicidad: Anuncios impresos, de radio y TV, empaque, insertos en el empaque, dibujos animados, folletos, carteles y volantes, directorios, reimpressiones de anuncios, anuncios espectaculares, letreros de exhibición, escaparates en puntos de venta, material audiovisual, símbolos y logotipos, videos.

Promoción de ventas: Concursos, juegos, sorteos, loterías, obsequios, muestras, ferias y espectáculos comerciales, exhibiciones, demostraciones, cupones, devoluciones, financiamiento con tasa de interés baja, entretenimiento, programas de continuidad, acuerdos.

Eventos y experiencias: Eventos deportivos, entretenimiento, exposiciones artísticas, causas, visitas a las fábricas, museos de la empresa, actividades en la calle.

Relaciones Públicas: Boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, publicaciones, relaciones con la comunidad, cabildeo, medios de identidad, revista de la empresa.

Venta Personal: Representaciones de venta, reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales.

Marketing Directo: Catálogos, mensajes por correo, telemarketing, copras por internet, venta por tv, mensajes por fax, correo electrónico y correo de voz.

Elaborado por: Janina Carpio

Fuente: Dirección de Marketing, Duodécima Edición, de Kotler Philip y Keller Kevin Lane
(Klote & Lane, 2006)

TURISMO DE AVENTURA

Definición De Turismo Aventura

El conjunto de actividades que las personas desarrollan durante sus viajes y estancias en lugares que son distintos a los de su entorno habitual se conoce como turismo. El ocio, los negocios y la salud son algunas de las motivaciones que pueden llevar a un sujeto a concretar una actividad turística. (Definicion.de, (2008), Turismo de Aventura, extraído de (<http://www.definicion.de/turismo-aventura>, 2015), 2015)

Turismo aventura

- Antes de proceder a determinar el significado del término turismo de aventura, hay que establecer cuál es el origen etimológico de las dos principales palabras que lo conforman. En este sentido hay que decir que ambas emanan del latín: (Definicion.de, (2008), Turismo de Aventura, extraído de (<http://www.definicion.de/turismoaventura>, 2015), 2015)

- "Turismo deriva del vocablo latino tornus, que puede traducirse como movimiento o vuelta. (Definicion.de, (2008), Turismo de Aventura, extraído de (<http://www.definicion.de/turismo-aventura>, 2015), 2015) "Aventura, por su parte, emana del latín "adventura", que es equivalente a "las cosas que han de llegar". (Definicion.de, (2008), Turismo de Aventura, extraído de (<http://www.definicion.de/turismo-aventura>, 2015), 2015)

Aventura, por su parte, es un suceso extraño, una contingencia o una empresa riesgosa de resultado incierto. Estos dos conceptos nos permiten acercarnos a la noción de turismo aventura. Se trata de la actividad turística que implica un viaje hacia un área remota o que incluye un plan donde pueden acontecer hechos inesperados. Puede decirse que el turismo aventura o turismo de aventura es un tipo de turismo, como el turismo cultural o el turismo ecológico. La forma más sencilla de comprender al turismo aventura es por oposición al turismo convencional. Si la mayoría de los viajeros tiende a visitar grandes ciudades o a descansar en la playa, los turistas de aventura apuestan por vacaciones más activas, que incluyan deportes de riesgo o exploraciones en la naturaleza. Existen una gran variedad de propuestas a la hora de practicar lo que es turismo de aventura. Sin embargo, entre las alternativas más frecuentes al respecto se encuentran el cicloturismo, el turismo rural o el senderismo. Esta última

actividad es, sin lugar a dudas, una de las que más protagonismo y desarrollo está teniendo en los últimos años debido a que conjuga tres aspectos: cultura, deporte y medio ambiente. Muchas son las poblaciones del mundo que ya ofrecen a sus visitantes interesantes rutas senderistas. De esta manera, consiguen atraparles y hacerles, al mismo tiempo, conocer rincones de inigualable belleza natural que cuentan con unas características y peculiaridades únicas. En el caso del turismo rural, hay que destacar que también suele de ser de aventura porque permite llevar a cabo actividades tales rutas, recorridos en vehículos todos terreno e incluso senderismo. La combinación de trekking o excursionismo con camping (alojamiento en una tienda de campaña o carpa) es una modalidad de turismo aventura. Otras opciones incluyen actividades como rafting, surf, cabalgatas o montañismo. Hay que destacar que, en ocasiones, suele confundirse lo que es turismo de aventura con deportes de aventura. No obstante, en ese sentido la diferencia es muy clara: para poder llevar a cabo la segunda actividad citada se hace necesario tener experiencia y formación en la misma mientras que para la primera no. Es decir, es importante tener en cuenta que el turismo aventura busca el ocio, a diferencia del deporte de aventura que tiende a la competencia y que requiere de un entrenamiento más exigente. (Definicion.de, (2008), Turismo de Aventura, extraído de (<http://www.definicion.de/turismo-aventura>, 2015), 2015)

1.01.2. ANTECEDENTES HISTORICOS

Provincia del Guayas

HISTORIA

Nuestra provincia es un colectivo humano, social, histórico y étnicamente diverso. Desde el pasado y en el presente mundo globalizado debemos entenderla como un proyecto histórico y social, construido y tejido, individual y colectivamente, por una comunidad de emprendedores que tiene una larga tradición marítima y fluvial, agromercantil y exportadora. Por eso, el campo y la ciudad forman parte de una unidad inseparable que caracteriza nuestra historia. Situados en la costa y en el interior de la región litoral nos caracteriza y define una acción telúrica de mar, golfo, ríos y puertos que hace de nosotros, hombres abiertos al diálogo, unitarios y autónomos, proclives al cambio y a la vida moderna. Una influencia natural, climática y tropical marca nuestras vidas, que se expresan en referentes étnicos, caracterizados por un interminable mestizaje. Variopinto étnico y cultural donde se juntan cepas mestizas, montubias, negras, mulatas, interandinas y el aporte de migrantes extranjeros. El pasado; Sin embargo, la provincia del Guayas, en ese amplio espectro de campos y ciudades, con esa dinámica y aporte humano de más de tres



millones de emprendedores, donde hay 25 cantones y centenares de recintos y parroquias, no es actualmente lo que era antes. Es importante que conozcamos y reconozcamos ese proceso y esa historia. Pues histórica, geopolítica y socialmente, nuestra actual provincia del Guayas comprendía y abarcaba mucho más de lo que hoy vemos y tenemos. Se extendía abarcando casi toda la región litoral, de la actual provincia de El Oro hasta el norte de la provincia de Manabí, limitando con Esmeraldas. Por eso debemos entender que somos herederos de una rica tradición histórica que debemos estudiar, comprender y proyectar. El Guayas histórico no puede comprenderse sin el litoral; ni la región litoral en su economía, sociedad y cultura puede comprenderse sin entender lo que histórica, social y geopolíticamente es nuestra provincia. Diferentes informes y estudios publicados en el siglo XVIII, en el siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX son evidentes testimonios de la existencia de la provincia del Guayas como un nombre de referencia histórica: Antigua Provincia de Guayaquil. Por eso no se puede identificar la actual ciudad de Guayaquil con la Antigua Provincia de Guayaquil. Las portadas facsimilares de estas publicaciones las mostramos para que la ciudadanía guayasense conozca y reconozca que hay importantes estudios sobre esta histórica provincia. El futuro; No podemos comprender la provincia del Guayas como un proyecto histórico-social que construimos todos, si no aceptamos y asumimos que hemos heredado una comunidad



socioeconómica, geopolítica y cultural que se despliega en un ciclo de larga duración temporal. Es cierto que en el pasado y en el presente, diferentes desmembraciones territoriales han disminuido la gran extensión que en el pretérito tuvo la provincia. Pues de tener una extensión superior a 40.000 km², hoy es de 16.741 km²; sin embargo, es la provincia de mayor actividad económica, y la que produce y más aporta al producto interno bruto del Ecuador. Si observamos el actual mapa de la provincia estableceremos que aún seguimos siendo la sociedad litoralense y ecuatoriana de mayor dinamismo que con sus 25 cantones, y con sus centenares de parroquias y recintos, se proyecta unida y fraterna hacia la conquista del porvenir. Pues somos una provincia donde se funde lo urbano y lo rural, lo mestizo, montubio, negro, cholo y el aporte étnico y cultural de migrantes extranjeros e interandinos. La provincia encara enormes desafíos. El mayor de ellos es fortalecer nuestras raíces identitarias, comprendiendo y reconociendo que somos una provincia que se hace y se teje con diversidades socioeconómicas, urbanas, rurales, étnicas, culturales y simbólicas. (Ramírez W. (2014), historia de la provincia del guayas, extraído de (<http://www.guayas.gob.ec/historia>, recuperado, 2015) , 2015)

CANTONES DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

Cuadro No. 1 Cantones del Guayas

Alfredo Baquerizo moreno	Gral. Antonio Elizalde	Naranjito
Balao	Gral. Villamil Playas	Nobol
Balzar	Isidro Ayora	Palestina
Colimes	Guayaquil	Pedro Carbo
Daule	Lomas de Sargentillo	Salitre
Duran	Marcelino Maridueña	Samborondón
El Empalme	Milagro	Santa lucia
El Triunfo	Naranjal	Yaguachi – Simón bolívar

Fuente: Prefectura Del Guayas

Elaborado: Janina Carpio

Gráfico No. 1 Mapa de los Cantones de la Provincia del Guayas

Tras pertenecer a Milagro por decreto del presidente Eloy Alfaro Delgado, en 1991 un comité inició los trámites para cantonizar la parroquia.

Finalmente, para el 8 de noviembre de 1994, se aprobó su cantonización siendo publicado en el Registro Oficial No. 618 del 24 de enero de 1995.

Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas, Gral.

Antonio Elizalde Bucay, extraído de <http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)

RESEÑA HISTÓRICA

Bucay se inicia como recinto llamado EL CARMEN, perteneciente al Cantón Milagro por decreto ejecutado por Don Placido Caamaño, luego el 19 de Agosto de 1.907, el Presidente Eloy Alfaro llama así a esta parroquia en atención al Gobernador de la Provincia del Guayas, General Antonio Elizalde. Existen algunas historias con respecto al origen del nombre de Bucay, una de ellas es que, a principios del siglo XX llegaron a trabajar en la construcción del ferrocarril Duran- Quito, jóvenes negros jamaicanos, uno de ellos se llamaba JEREMY BUCKAY, de mediana estatura, extraordinariamente sincero, alegre y generoso, pronto se ganó la estima de todos los que le conocían e incluso jugaban a los dados con él.

Bucay o simplemente Bucay como empezó a llamarlo la ciudadanía, pronto formo hogar con una humilde mujer blanca del lugar, que por entonces ya era parroquia. Se opina que fue tanto la fama del Negro Bucay que mucha gente al pueblo ya no lo llamaba por su nombre sino Bucay. Surgió como uno de los caseríos que se formaron durante la construcción del ferrocarril del Ecuador, a inicios del siglo pasado, y sus primeros habitantes fueros jamaicanos que trabajaron en el trazado de la línea férrea. Luego llego gente de Huigra, Alausí y Riobamba y por el desarrollo de la actividad agrícola, también de Salitre, Daule y Vernaza. Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas, Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de <http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)

Habitantes

“Cuenta con una Población de 10.642 habitantes.” Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas, Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de <http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)

CLIMA

“Asentada a 320 m. S.n.m., temperatura promedio de 24°C y precipitación promedio anual de 2000 mm”. Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas,

Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de <http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)

Hidrografía

“Por encontrarse en la falda de la cordillera esta bañada por un sin número de ríos, entre ellos: Chague Grande, Agua Clara, y el más grande el Chimbo.”

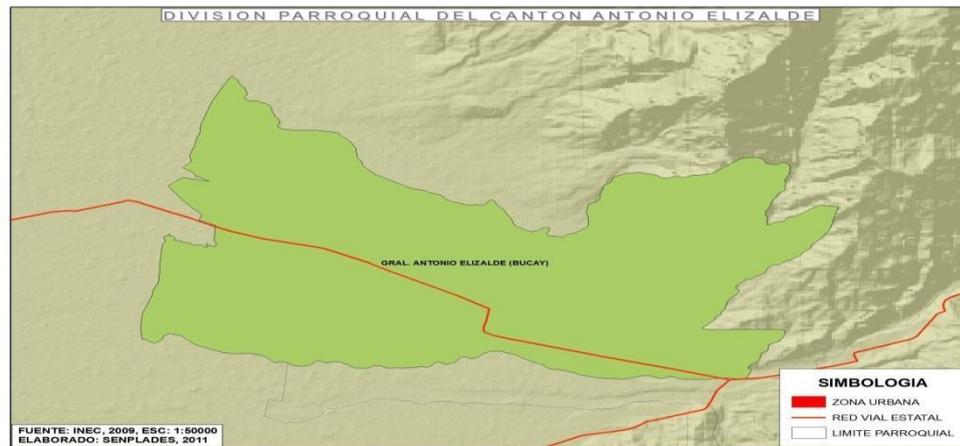
Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas, Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de <http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)

LÍMITES DEL ÁREA

Ubicación

“El Cantón Bucay está situado al este de la provincia del Guayas, limita al Norte y al Este con la provincia de Bolívar, al Sur con la provincia de Chimborazo y al Oeste con el Cantón Naranjito”. Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas, Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de <http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)

Gráfico No. 3 Grafico N. 3 mapa del Cantón Bucay



Fuente: INEC 2009

DESCRIPCIÓN DEL CANTÓN BUCAJ

A 99 km. de Guayaquil se encuentra su cabecera cantonal. Uno de los cantones con más recursos naturales que posee la provincia del Guayas, se encuentra en un ramal de la Cordillera Occidental al pie del Río Chimbo, quedando en medio de las provincias de Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar. Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas, Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de <http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)



TURISMO

El Balneario de Agua Clara, ubicado en la parroquia Bucay, vía Santa Rosa, es una formación rocosa natural con una caída de agua que termina en una poza y nutre al río Chimbo. El Bosque Húmedo de la Esperanza, ubicado en la parroquia Bucay Recinto la Esperanza, vía al Cantón Chillanes, es un Bosque Secundario nublado subtropical con remanentes de bosque primario, tiene humedad permanente, posee 500 hectáreas. Tiene una altura desde los 700 m.s.n.m. hasta los 1200 m.s.n.m. Existe gran diversidad de cascadas El Río Chimbo, este es un río rocoso por lo que muchas veces es utilizado para la práctica de deportes como el rafting y tubing. El Malecón Río Chimbo, ubicado en la parroquia Bucay en la Av. Raúl Banderas, tiene áreas verdes, juegos infantiles, existe una tarabita, piletas, parqueadero. Torre Loma, considerado el mirador más alto de la provincia, es donde se divide la Provincia del Guayas con Bolívar. Matilde Esther, Bucay, atractivo natural donde se puede disfrutar del río en época de invierno (Enero a Mayo) y fines de semana de peleas de gallos. La visita a algunas haciendas de la zona para la práctica de agroturismo es una alternativa en el cantón. Peleas de gallos, en las festividades del 12 de octubre y 25 de agosto, se acostumbra por tradición concurrir al coliseo de gallos para presenciar las peleas, que conllevan interesantes apuestas entre los asistentes. Rodeo montubio, de igual

forma en las festividades de octubre y agosto se realizan los conocidos rodeos montubios con la participación de todas las haciendas de la zona.

Prefectura del Guayas, (Prefectura del Guayas,

Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de [\[.gob.ec/cantones/Bucay\]\(http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay\), recuperado, 2014\)](http://guayas</p></div><div data-bbox=)

FIESTAS

Por la celebración de la cantonización el 9 de noviembre se realizan una serie de eventos como la Feria de la Lolita en donde se rescatan la cultura

montubia. En julio en honor a Nuestra Señora del Carmen se realiza una

cabalgada que atrae a los hacendados de la zona., (Prefectura del Guayas,

Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de [\[.gob.ec/cantones/Bucay\]\(http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay\), recuperado, 2014\)](http://guayas</p></div><div data-bbox=)

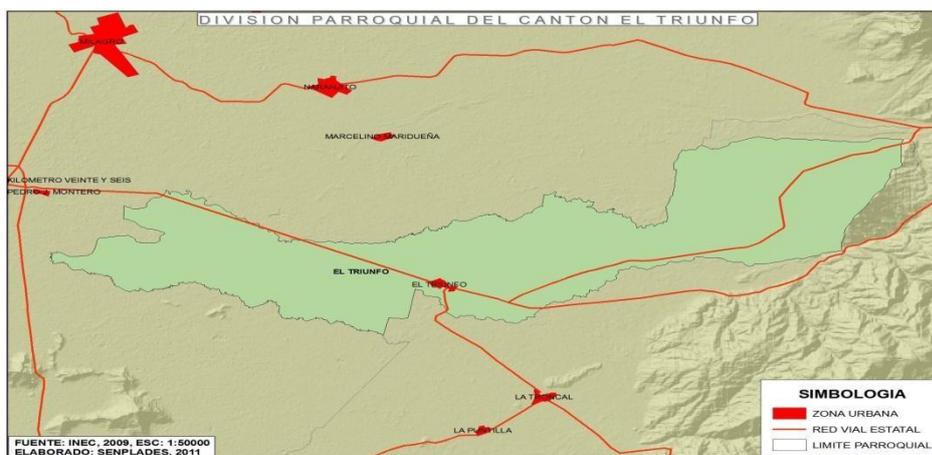
PRODUCCIÓN

"Agrícola, Avícola, Cañicultura y Ganadera". Prefectura del Guayas,

(Prefectura del Guayas, Gral. Antonio Elizalde Bucay, extraído de

<http://guayas.gob.ec/cantones/Bucay>, recuperado, 2014)

CANTÓN EL TRIUNFO

Gráfico No. 4 División parroquial del Cantón El Triunfo

Fuente: INEC 2009

Documentos facilitados por la municipalidad del cantón El Triunfo Antecedentes

La población se formó en el año 1948 cuando la compañía INCA, construía la carretera Duran – Tambo, instalando su campamento, el que fue desarrollándose, hasta convertirse en un gran poblado que sus activistas solicitaron su cantonización, hecho producido en el año 1983 y desde el 8 de Abril de 1969 fue Parroquia Rural del Cantón Yaguachi. (Municipalidad del El Triunfo, (2014), Plan de ordenamiento territorial, El Triunfo.) El Triunfo obtuvo su cantonización debido al esfuerzo y decisión de un grupo de pobladores que buscaban la superación y separación del cantón Yaguachi. La Cámara Nacional de Representantes, presidida por el señor Gary Esparza Fabianni, expide la Ley de Creación del cantón El Triunfo. Es el XIII cantón en creación, con fecha del 25 de agosto de

ORIGEN DE SU NOMBRE

Antiguamente se lo conocía como Boca de los Sapos, según la historia contada por pobladores el cambio de nombre se debe a que, en la campaña presidencial de 1960, el Dr. José María Velasco Ibarra llegó a la "Boca de los Sapos" y sus entusiastas partidarios gritaban emocionados: "Los Sapos con Velasco" o "Velasco con los Sapos", lo cual no gustó al candidato, que en discurso expresó: (Municipalidad del El Triunfo, 2014)

"Cuanta sinceridad veo en vuestro rostro, sois gente buena y generosa, como estoy seguro de que voy a llegar al poder, cuando sea Presidente este lindo pueblo ya no se va a llamar "Boca de los Sapos", sino "El Triunfo", porque vuestro voto me va a dar el triunfo. (Municipalidad del El Triunfo, (2014), Plan de ordenamiento territorial, El Triunfo.).

Población en Área Urbana y Rural

"El Cantón El Triunfo tiene una población global de 44.778 habitantes; de los cuales 22.824 son hombres y 21.954 son mujeres según censo 2010 realizado por el INEC." (Municipalidad del El Triunfo, (2014), Plan de ordenamiento territorial, El Triunfo.)



“Usando la tasa de proyección que nos dio este último censo del 3% de crecimiento poblacional, se contara aprox. para 2014 con 50398 Hab. para el año 2019 según la tasa de proyección contaremos con 51494.hab”. (Municipalidad del El Triunfo, (2014), Plan de ordenamiento territorial, El Triunfo.)

Ubicación

“El cantón Triunfo, se encuentra ubicado al este de la Provincia del Guayas a 56 km de Guayaquil”. (Municipalidad del El Triunfo, (2014), Plan de ordenamiento territorial, El Triunfo.)

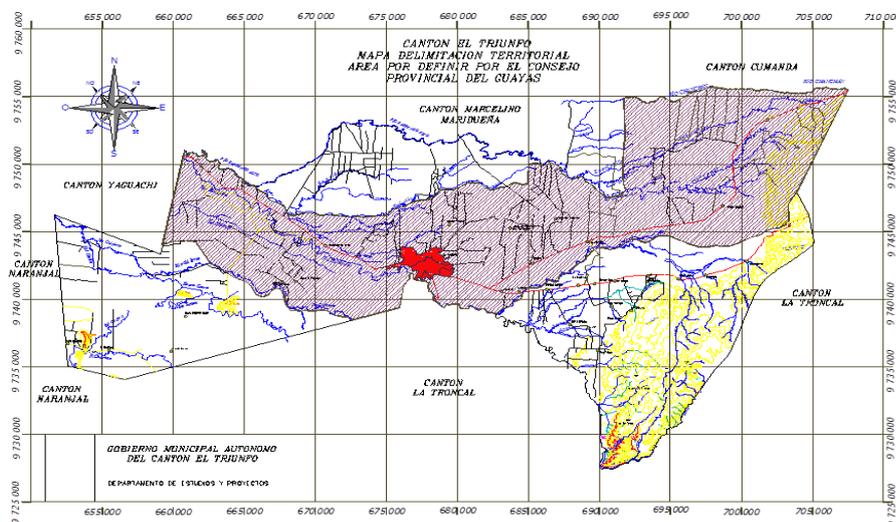
Extensión del Cantón El Triunfo

- Área Total del cantón El Triunfo 797.03km²
- Área en conflicto 186.62km²
- Área definida 610.41km²

(Municipalidad del El Triunfo, (2014), Plan de ordenamiento territorial, El Triunfo.)

LIMITES

Gráfico No. 6 Límites Cantonales del Cantón El Triunfo



Fuente: Gobierno Descentralizado del Cantón El Triunfo

- Al Norte Cantón Yaguachi, Marcelino Maridueña y Cumanda
- Al Sur Cantón Naranjal y La Troncal
- Al Este Cantón La Troncal Provincia del Cañar
- Al Oeste Cantón Naranjal y Yaguachi

(Municipalidad del El Triunfo, 2014), *Plan de ordenamiento territorial*, El Triunfo.

Características

Clima: Posee un clima Tropical mega térmico, Semi-Húmedo. **Altura:**

Se encuentra a 42 metros sobre el nivel del mar. **Temperatura:** El Clima

oscila entre un rango de **14** y **34** grados centígrados. **Precipitaciones:** En

el Cantón como consecuencia tenemos en los últimos 10 años un

promedio anuales de 1000 a 2000 ms. **Topografía**

La topografía del cantón es plana con ligeras ondulaciones, el cerro

Cutuguay es límite con la Provincia del Cañar. **Hidrografía** Su

principal afluente es el Bulu-Bulu el cual nace de la unión de los ríos

estero claro y las dos bocas recorriendo al cantón de este a oeste. El

mismo que recibe las aguas de los ríos Barranco Alto, La Isla y

Culebras. Otros ríos importantes son Rio Verde, Rio Claro, numerosos

esteros que cruzan su territorio. (Municipalidad del El Triunfo, (2014),

Plan de ordenamiento territorial, El Triunfo.)

Datos obtenidos a través de la municipalidad del Cantón El Triunfo.

TURISMO

El Río Dos Bocas, al cual se accede por la vía a Alausí, El río no es

navegable, el agua es cristalina y sus riberas rocosas. Se puede realizar

actividades deportivas como el rafting entre los meses de enero a mayo por

ser época lluviosa. Desde la cabecera cantonal hasta el Recinto Dos Bocas

existen 2 cooperativas que hacen este recorrido de 10 km, La Troncaleña y

Cooperativa Amazonas, sus frecuencias son diarias. Existen algunos

parques recreativos y Refugios Campestres como: Las Palmas, Chilcales,

El Descanso Jr. y el Parque de Recreaciones y Espectáculos, donde se

podrá encontrar piscinas, canchas deportivas, áreas verdes.

(Municipalidad del El Triunfo, 2014), *El Triunfo*, extraído de

(<http://www.guayas.gob.ec/cantones/el-triunfo>, 2015)

FIESTAS

Entre las festividades se destacan la de cantonización el 25 de agosto, además de las fiestas populares como la de Santa Rosita el 30 de Agosto, la Virgen del Cisne los días 6, 7 y 8 de septiembre, el día de la Raza 12 de Octubre. (Municipalidad del El Triunfo, 2014), *El Triunfo*, extraído de (<http://www.guayas.gob.ec/cantones/el-triunfo>, 2015)

1.02. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

La implementación del siguiente proyecto, permitirá promocionar los atractivos de los cantones El Triunfo y Bucay, dando como resultado el incremento de turistas nacionales y extranjeros; por lo que el equipamiento turístico dentro de la zona se incrementara, generando nuevas plazas de trabajo y de esta manera mejorando la calidad de vida de todos los habitantes.

La generación de empleos y recursos importantes, se puede explotar al máximo, con el propósito de incrementar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros que generen ingresos económicos para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.



Como también tenemos el factor social ya que es muy importante, hoy en día el Ecuador cuenta con una potencia turística extraordinaria que está siendo incentivada por el gobierno que se encuentra realizando campañas de concientización de los recursos naturales que posee cada pequeño rincón del país, en donde se motiva a capacitaciones eficaces para los habitantes de los diferentes lugares del país, para que las personas tengan un desarrollo turístico y brinden servicios de calidad. Actualmente el turismo solo representa ingresos tangibles, claro está que deben tomar en cuenta el impacto ambiental que este puede causar, que pueden ser positivos y negativos, lo cual deben asumir con mucha responsabilidad, respeto y colaboración por ambas partes, como son las comunidades de los cantones El Triunfo y Bucay. La provincia del Guayas es una de las más importantes del Ecuador ya que posee varias maravillas naturales que promociona, que solo muestran a futuro una gran potencia turística económicamente activa.

1.03. DEFINICION DEL PROBLEMA CENTRAL:

En el Ecuador aún existen lugares que no son explotados debido a la falta de información turística y a la poca difusión por parte de entidades públicas y privadas o del mismo Ministerio de Turismo, lo cual hace que se desconozca el potencial turístico natural que posee la Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo- Bucay de la provincia del Guayas.

Uno de los problemas es la poca afluencia de turistas, por la falta de información y organización de los diferentes atractivos turísticos, lo cual hace que no puedan obtener una información correcta para que oferten sus servicios turísticos de lo que ofrece la Ruta de Aventura.



El desempeño de nuevos negocios y servicios turísticos, con el apoyo e incentivo de la inversión turística de empresas públicas y privadas, generaran nuevas plazas de empleos e ingresos económicos para sus localidades.

“Poca afluencia de turistas nacionales y extranjeros en la Ruta de Aventura de los Cantones El Triunfo- Bucay de la provincia del Guayas”

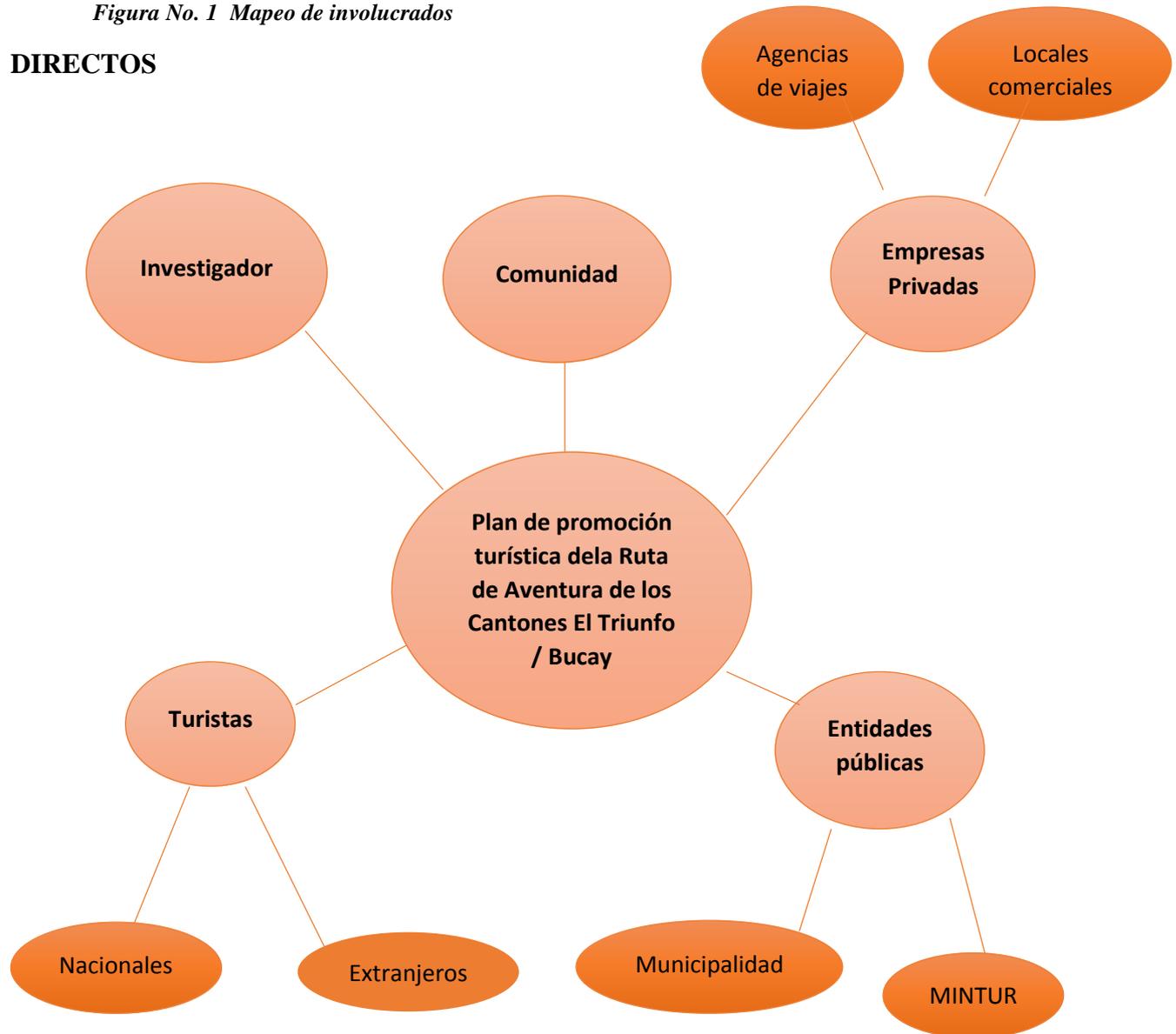
CAPITULO II

2. ANALISIS DE INVOLUCRADOS

2.01. MAPEO DE INVOLUCRADOS

Figura No. 1 Mapeo de involucrados

DIRECTOS



INDIRECTOS

Elaborado por: Janina Carpio

2.02 MATRIZ DE ANALISIS DE INVOLUCRADOS

Cuadro No. 2 Matriz de análisis de involucrados

Involucrado	Interés en el proyecto	Recursos o mandatos	Conflictos
-------------	------------------------	---------------------	------------

Investigador	Obtener el título de Tecnóloga en Administración Turística y Hotelera. Promover el turismo en la zona.	Proyecto de Plan de Promoción Turística de la Ruta de Aventura de los Cantones El Triunfo/Bucay	Investigador y Comunidad
Comunidad	Mejorar sus condiciones de vida	Atención al cliente, y apoyar a la investigación	Ninguno
Agencias de viajes	Promover el turismo y beneficiarse económicamente	Brindar servicios de calidad	-
Locales comerciales	Beneficiarse económicamente con la llegada de los turistas a los cantones El Triunfo/Bucay	Brindar servicios de calidad	-
Turistas nacionales y extranjeros	Conocer los diferentes atractivos turísticos que la ruta ofrece	Respetar al medio ambiente	No colaborar con las señaléticas perspectivas de los sitios turísticos
Municipalidad	Mejorar la calidad de vida de sus habitantes	Mejorar las infraestructuras de los cantones	-
Mintur	Aporte al desarrollo turístico de la provincia y del país	Realizar un estudio de los sectores turísticos de la ruta	-

Elaborado por: Janina Carpio

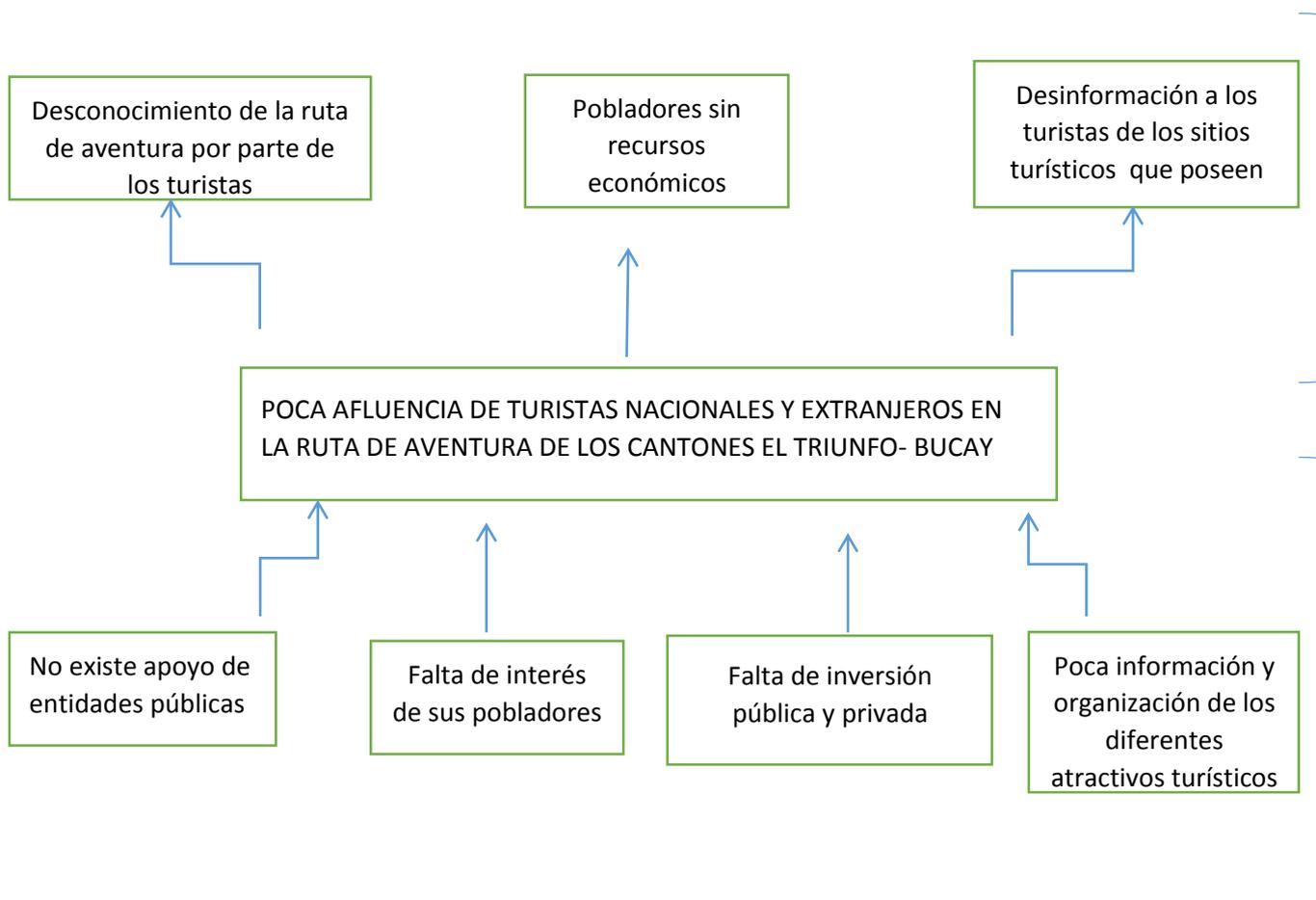
CAPITULO III

3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01. Árbol de problemas

Figura No. 2 Árbol de problemas

EFFECTOS

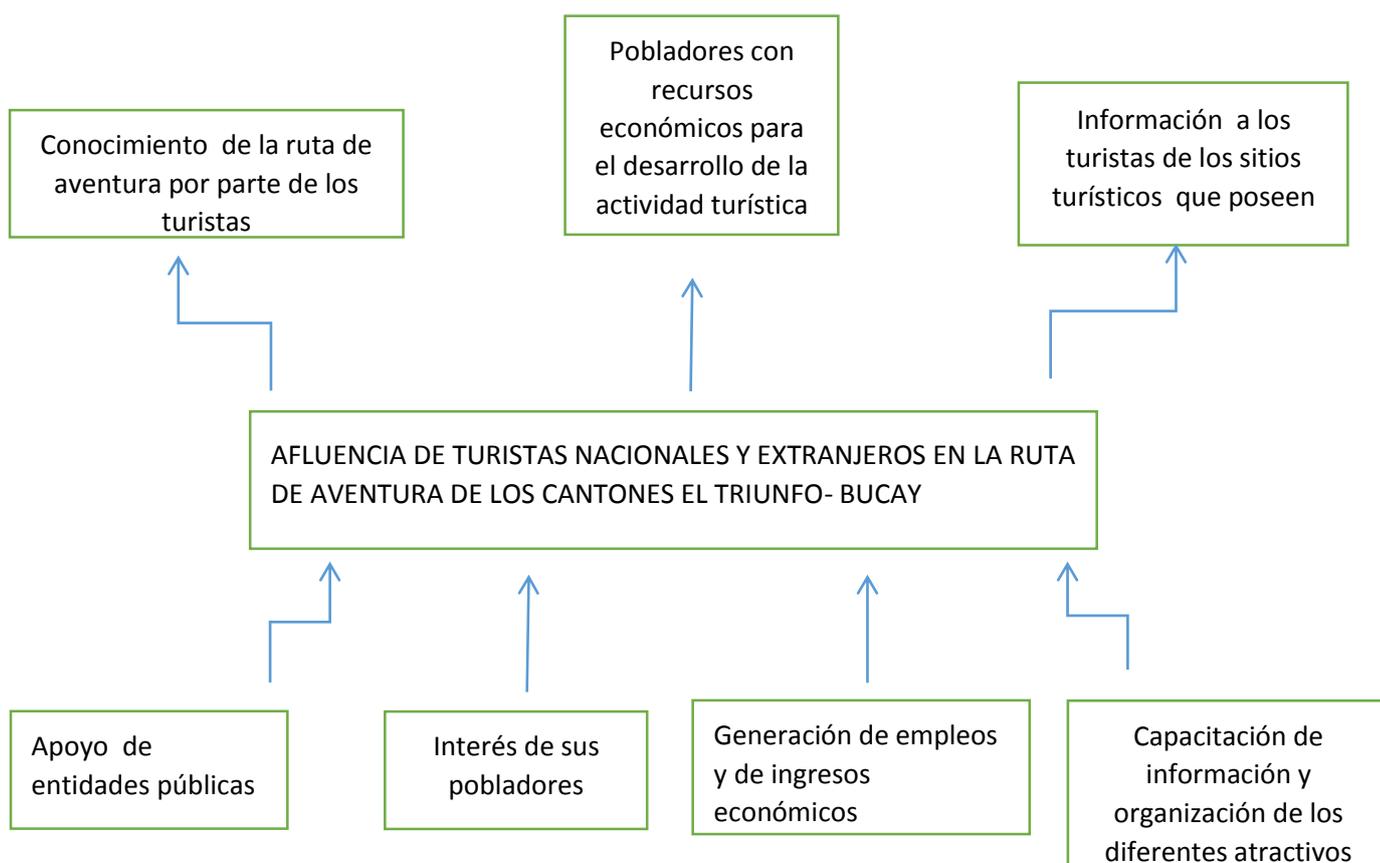


Elaborado por: Janina Carpio

CAUSAS

3.02. Árbol de objetivos

Figura No. 3 Árbol de objetivos



Elaborado por: Janina Carpio

CAPITULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de Análisis De Alternativas

4.02 Matriz de análisis de alternativa e impactos de los objetivos

Cuadro No. 3 Matriz de análisis de alternativa e impactos de los objetivos

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD	FACTIBILIDAD	FACTIBILIDAD	FACTIBILIDAD	TOTAL	RANGO
		TÉCNICA	FINANCIERA	SOCIAL	POLÍTICA		
Información a los turistas los sitios turísticos que poseen	3	4	3	3	3	18	Alto
Apoyo de la municipalidad	4	4	5	4	4	23	Muy alto
Pobladores con recursos económicos.	3	4	4	3	3	17	Alto
Conocimiento de la ruta de aventura por parte de los turistas	3	3	3	4	3	16	Alto
Apoyo de entidades públicas	4	4	4	3	4	19	Alto
Generación de empleos e ingresos económicos	4	4	5	4	4	21	Alto
Capacitación de información y organización de los diferentes atractivos turísticos Económicos	4	4	5	4	3	20	Alto

Elaborado por: Janina Carpio

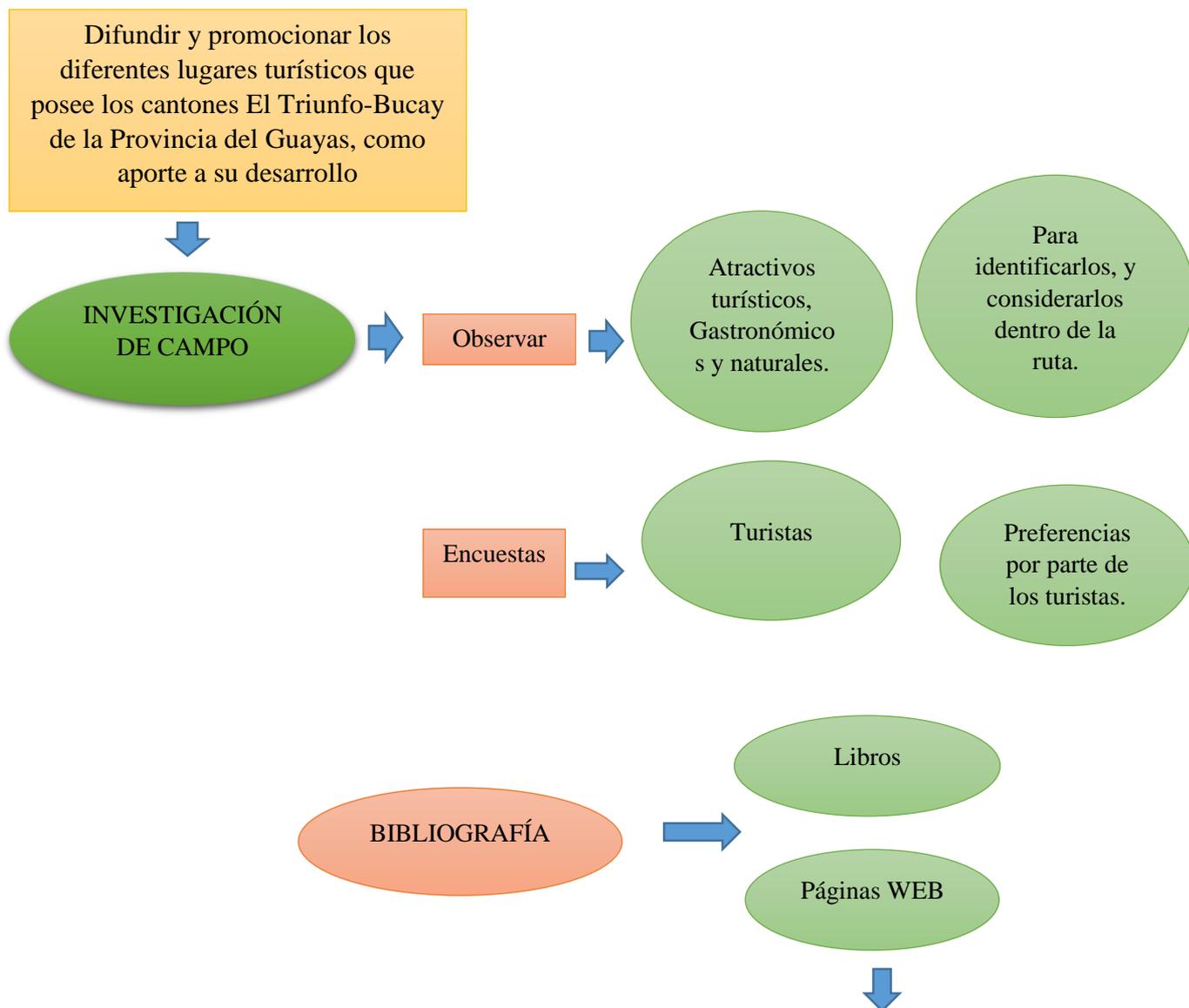
4.02.1 Análisis Teórico

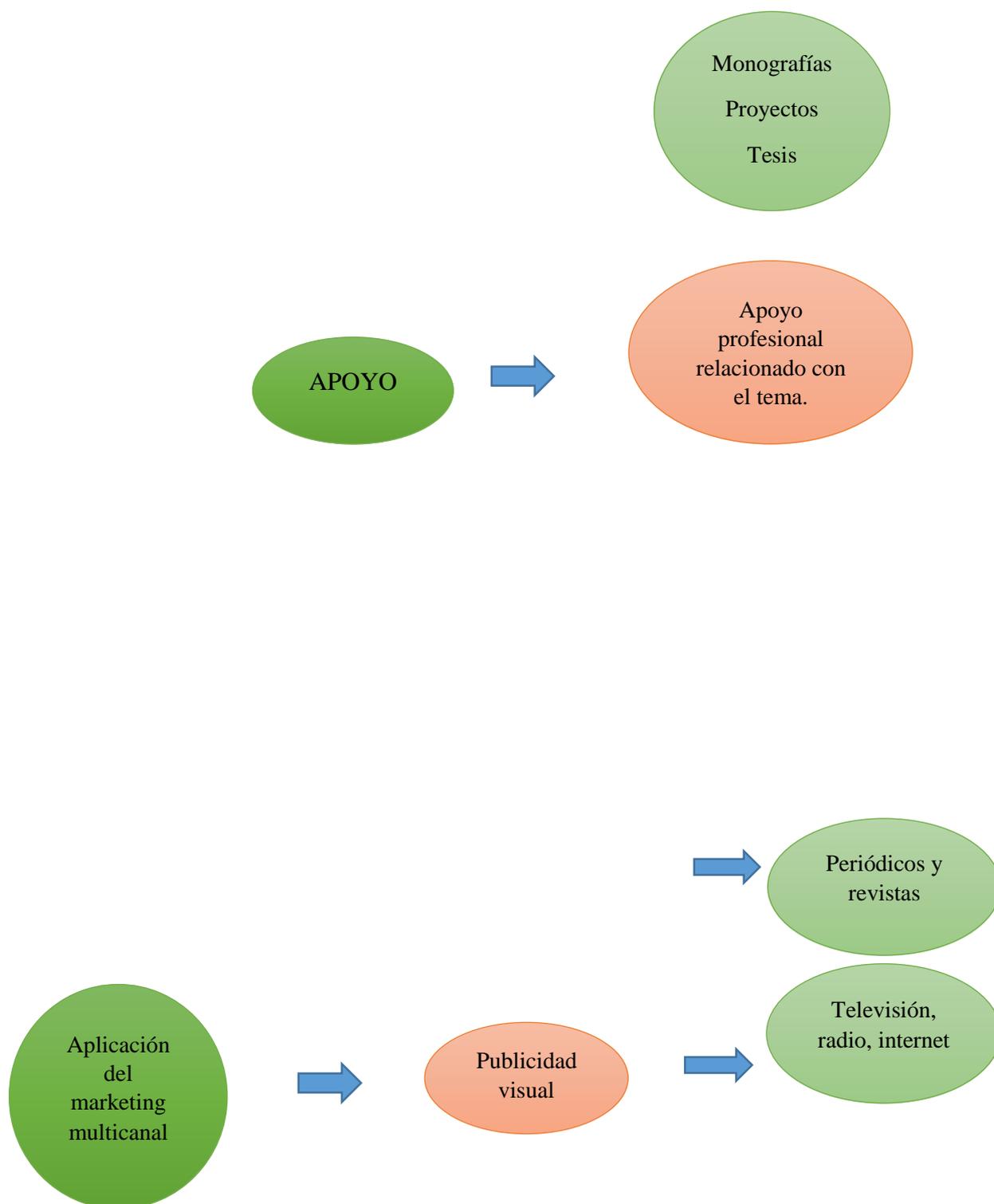
Al presentar el Plan de Promoción Turística de los Cantones El Triunfo-Bucay de la Provincia del Guayas, como aporte para su desarrollo, presentaremos la difusión del análisis de cada objetivo por rango se puede describir la información del resultado; donde unos de los objetivos principales es dar información a los turistas de sus sitios turísticos que

poseen donde tendrán el rango más alto que es técnica de factibilidad que es 4, ya que en la ruta van a encontrar una variedad de restaurantes, hosterías, hoteles, cafeterías, cabañas etc. Continuando con el apoyo de la municipalidad el rango más alto es factibilidad financiera que es 5, porque sus pobladores mejorarán su calidad de vida. Pobladores con recursos económicos su rango más alto es factibilidad financiera que es 4, ya que ellos tendrían incremento de trabajos. Continuando conocimiento de la ruta de aventura por parte los turistas su rango más alto es factibilidad social que es 4. Continuando tendrán apoyo de entidades públicas su rango más alto es factibilidad financiera y política, aquí ellos podrán tener un mejor control y organización para los turistas que lleguen y mejorarán sus ingresos económicos. Generación de empleos e ingresos económicos, su rango más alto es factibilidad financiera que es 5, esto representa el incremento de empleos para sus pobladores y sectores más cercanos. Continuando tenemos la capacitación de información y organización de los diferentes atractivos turísticos Económicos en donde el rango más alto es factibilidad financiera que es 5, en donde el turismo es una actividad económica que no solo involucra a museos o balnearios, sino que esta actividad ayuda tanto al sector de movilidad, gastronómico, cultural y ambiental.

4.03 Diagrama de Estrategias

Figura No. 4 Diagramas de estrategias





Elaborado por: Janina Carpio

4.04 Matriz del Marco Lógico

Cuadro No. 4 Matriz del marco lógico

FINALIDAD	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Promocionar los diferentes atractivos turísticos	Interés de los turistas	Financiamiento de empresa pública y privada	Agencia de viaje
PROPÓSITO			
Aumentar la afluencia de turista nacional y extranjeros	Desarrollo económico y social	Aumentar y desarrollar fuentes de trabajo	Apoyo de las autoridades
COMPONENTES			
Publicidad Motivación	Agencia de viaje Prestadores de servicios	Mejorar la calidad de vida Oportunidades de trabajo	Agencia de viaje
ACTIVIDADES			
Visita de campo Encuestas Entrevistas Observaciones	Determinar oportunidades Fortalezas Debilidades Amenazas del sector	Mejoramiento y desarrollo	Apoyo de la población

Elaborado por Janina Carpio

CAPÍTULO V

5. Propuesta

PLAN DE PROMOCIÓN DE LA RUTA DE AVENTURA DE LOS

CANTONES EL TRIUNFO- BUCAY, DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS,
COMO APORTE A SU DESARROLLO.

5.01. Antecedentes de la Herramienta

5.01.1. Investigación de Mercado

“Investigación de Mercados”, es la obtención de datos objetivos sobre el mercado representado este por distribuidores y consumidores”. (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010, pág. s/n)

Esta información es objetiva, es decir que no depende de una persona en concreto si no que procede, de forma independiente del mercado al que sirve y con el que se trabaja. Es fundamental para disminuir el riesgo de la toma de decisiones comerciales. Esta es su razón de ser. (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010, pág. s/n)

En definitiva hacer investigación de mercado es:

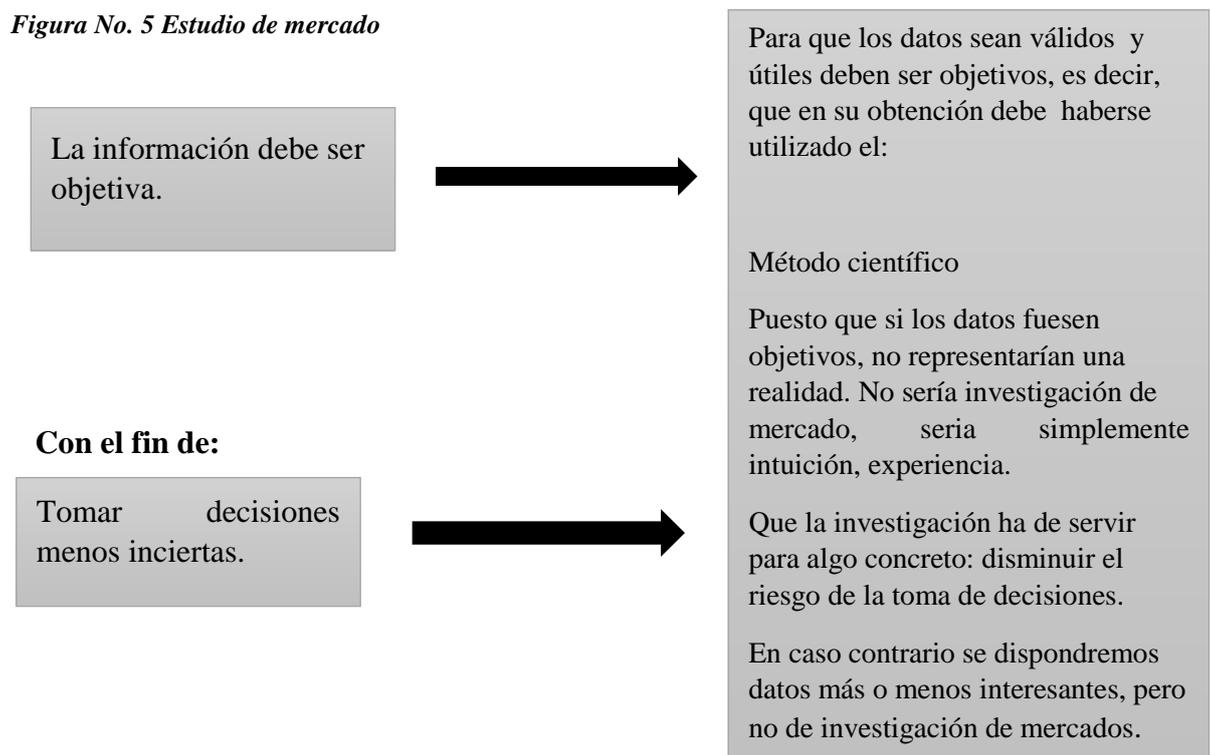
- Diagnosticar que datos se requieren.
- Obtener dichos datos y analizarlos.
- Que estos datos estén científicamente determinados, a lo que es lo mismo, que sean objetivos.

Que sirvan realmente en la toma de decisiones, con el fin de reducir el riesgo a equivocarse. (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010, pág. s/n)

“Algunos de estos puntos no ocurre en el estudio de mercado, la investigación será incompleta, sea por lo respecta a una componente técnica o sea por la rentabilidad de los datos.” (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010, pág. s/n)

Teniendo en cuenta que:

Figura No. 5 Estudio de mercado



Fuente: Libro Enciclopedia de Marketing y Ventas

Elaborado por: Janina Carpio

5.01.2. Componentes de la investigación de Mercados

Diagnóstico, necesidades e información:

Significa que hacer investigación de mercados es, ante todo, precisar qué tipo de investigación es necesario recabar ante un problema específico de toma de decisiones. (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010, pág. 10) **La obtención y análisis sistemático:**

Información adecuada, que una vez fijada la información que interesa conseguir esta debe obtenerse y analizarse, para poder llegar a un determinado diagnóstico de la situación. (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010)

5.01.3. PLAN DE MARKETING

Muchas personas piensan que el marketing es solo vender y anunciar. Como en proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros. Tenemos los siguientes términos importantes: necesidades, deseos y demandas: productos servicios y experiencias: valor, satisfacción y calidad: intercambio, transacciones y relaciones: y mercados. (Kotler Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 5)

• **Necesidad:** estado de carencia percibida.

• **Deseo:** forma que adopta una necesidad humana moldeada por la cultura y personalidad individual.

• **Demandas:** deseos humanos respaldados por el poder de la compra. (Kotler

Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 5)

Marketing

“El concepto de mercado por fin nos lleva de vuelta al concepto de marketing.

El marketing implica administrar mercados para que ocurran intercambios y relaciones con el fin de crear valor y satisfacer necesidades y deseos. (Kotler Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 7)

“Quienes venden deben buscar compradores, identificar sus necesidades, diseñar nuevos productos y servicios, fijar su precio, promoverlo, almacenarlos y entregarlos.” (Kotler Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 7)

5.01.4. PRODUCTO

La gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios. **Un producto** es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El concepto de productos no está limitado a objetos físicos, cualquier cosa que se pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto. Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles. En su definición más amplia el producto también incluye otras entidades como experiencias, personas, lugares, organizaciones, información e ideas. (Kotler Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 8)

Valor, satisfacción y calidad

Los consumidores por lo regular enfrentan una amplia gama de productos y servicios que podían satisfacer una necesidad determinada ¿cómo escogen entre esos diversos productos y servicios? Los consumidores toman decisiones de compra con base en la percepción del valor que proporcionan los distintos productos y servicios. (Kotler Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 14)

Valor para el cliente: es la diferencia entre los valores que el cliente obtiene al poseer o usar un servicio al poseer y usar un producto y los costos de obtener el producto. (Kotler Philip & Lane Kevin, 2006, pág. 14)

La experiencia demuestra que:

- a) "El desarrollo y la búsqueda de nuevos productos es un tema que muchas empresas tienen abandonado, lo cual a menudo es el causante de una posible crisis." (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010, pág. s/n)
- b) "Aunque ocupándose de esta función de desarrollo de nuevos productos, deben hacerse bastante mal, ya que hoy en día este porcentaje haya disminuido, es bien conocida la frase: nueve de cada diez productos nuevos fracasan." (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010, pág. s/n)
- c) "Siempre hay un riesgo en el desarrollo y lanzamiento de un nuevo producto:

- En muchas ocasiones no se analiza un nuevo producto antes de ser lanzado y fracasa algún punto de plan de marketing (precio, calidad no aceptada).
- Hay una reglas para asegurar el éxito del producto:
 - ✓ Que aporte algo al mercado (novedad)
 - ✓ Que tenga una ventaja diferencial con respecto a los productos existentes (competencia). (Ferre, Robinat, & Trigo, 2010)

5.01.5. PLAZA

“Es un medio de canal para la distribución del producto o servicio. Los canales son diversos, y ello dependerá por un lado de tu tipo de producto, y por otro, de cómo quieres llegar a tu mercado.” (Villalobos S. (2010), Marketing para todos, extraído de (<http://estrategias-marketingonline.com/las-5-p-del-marketing-producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-socios/>, 2015)

5.01.6. PRECIO

“El precio de los productos que ofertan en una empresa, es el único mecanismo a través de la cual se obtienen ingresos. La empresa debe decidir donde proporcionar su producto o servicio respecto a la calidad y precio.”

(Sanchez, 2011)

El precio depende sobretodo (hay muchos factores) de la oferta y la demanda que hay en el mercado. Y en esta época de gran competencia, los clientes tienen muchas ofertas de diferentes empresas competidoras. Por esta razón, las empresas utilizan diversas estrategias de precio para capturar clientes o para fidelizarlos. Villalobos S. (2010), Marketing para todos, extraído de (<http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-delmarketing-producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-socios/>, 2015)

El precio se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar o disfrutar un bien o un servicio. (Gerencie.com, (2011, Octubre 24), Economía y finanzas, extraído de <http://www.gerencie.com/precio.html>, recuperado, 2015)

5.01.7. PROMOCIÓN

Marketing promoción

Las empresas promocionan sus productos y su imagen ante el mercado.

Una empresa nueva necesita antes que nada “promocionarse” para que el mercado se entere de su existencia y poder vender sus productos.

Una empresa existente necesita dar a conocer las mejoras de sus

productos (o el lanzamiento de nuevos), o simplemente mantener su imagen presente en el mercado. Y hasta hace unos años, la promoción era muy difícil para las pequeñas empresas. Solo las grandes empresas podían darse el lujo de tener los inmensos presupuestos necesarios para pagar campañas en la televisión, en la radio o en los periódicos nacionales. Pero con Internet y el "Social Media" esto ha cambiado enormemente, y las pequeñas empresas han sido pioneras en la utilización efectiva del Internet para promocionar sus productos y servicios. Villalobos S. (2010), Marketing para todos, extraído de (<http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-del-marketing-producto-precio-plaza-promocion-y-partners-socios/>, 2015)

5.02. Descripción de la herramienta o metodología que propone como solución

5.02.1. Cómo se define la investigación

"La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno". (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010)

5.02.1.2. Tipo de investigación

“En el presente proyecto se empleará una investigación aplicada con la finalidad de analizar la promoción turística de la Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo-Bucay de la Provincia del Guayas, a través de la implementación de Agencia de Viaje.” (Flores, Carrillo, Pinto, Valverde, & Granja, 1979)

5.02.1.3. Investigación Aplicada

“Es aquella que se utiliza las normas conceptuales, busca el conocer, para hacer, para actuar, para construir, para modificar, le preocupa la aplicación inmediata sobre la realidad circunstancial, antes que el desarrollo de teorías de valor universal.” (Flores, Carrillo, Pinto, Valverde, & Granja, 1979)

5.02.1.4. Diseño de la investigación

En este proyecto se realizará la investigación bajo el enfoque cuantitativo por medio de encuestas; se realizarán diferentes procedimientos para la recopilación de datos los cuales nos brindarán la información primaria necesaria para el desarrollo de la investigación. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010).

El enfoque cuantitativo representa, como dirigimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa a la siguiente parte de una idea que va acotándose y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto, se analiza las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la hipótesis.

(Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010)

5.02.1.5. Métodos para el desarrollo de la investigación

Estudios exploratorios

Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado.

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con temas desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables, establecer prioridades para investigaciones a futuras. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010).

Investigación descriptiva

“Busca especificar propiedades, características y rangos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010, pág. s/n). El objetivo de la investigación descriptiva cuantitativa y cualitativamente las características de un fenómeno, no limitarse a una variable si no a la totalidad de atributos dominantes que intervienen en determinado hecho. Interpreta su significado por medio de explicaciones teóricas. (Flores, Carrillo, Pinto, Valverde, & Granja, 1979)

5.02.2. Herramientas a Utilizar para la Investigación

5.02.2.1. Técnicas de Investigación

- **TÉCNICA DOCUMENTAL:** permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. (Quezada, 2010)
- **TÉCNICA DE CAMPO:** permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica. (Quezada, 2010)

A. Técnica documental

- "El objetivo de la investigación documental es elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio."

(Quezada, 2010)

1) Fuentes primarias de información

- "Son los documentos que registran o corroboran el conocimiento inmediato de la investigación. Incluyendo libros, revistas, informes técnicos y tesis."

(Quezada, 2010)

LIBROS: De acuerdo a la UNESCO (1964), se llama libro aquella publicación que tiene más de 49 páginas, y folleto a la que tiene cinco y 48 páginas. Según

los tipos de usuarios los libros se clasifican en:

- De tipo general: expuestos en forma elemental.
- De texto: para el estudio de alguna disciplina.
- Especializados: para profesionales e investigadores. (Quezada, 2010, pág. s/n)

- **MONOGRAFÍAS:** son documentos en los cuales un asunto se trata exhaustivamente. El verdadero punto de partida de una monografía no es la necesidad de cumplir con una exigencia impuesta por las normas universitarias, si no por el verdadero entusiasmo por un tema preferido.

(Quezada, 2010)

- **REVISTAS:** "Son documentos de información reciente, por lo general publicaciones especializadas. Pueden ser profesionales, técnicas y científicas."

(Quezada, 2010)

- **TESIS:** "la tesis es un documento de tipo académico que exige una afirmación original acerca de un tema de estudio en particular. Se espera una aportación y conocimientos nuevos, presentados como un sistema sólido de pruebas y conclusiones." (Quezada, 2010)

2) Fuentes secundarias de información

- "Incluye las enciclopedias, los anuarios, manuales, almanaques, las bibliografías y los índices. Datos que integran las fuentes secundarias se basan en documentos primarios." (Quezada, 2010)
- "Depósitos de información: el primer paso para recabar datos es acudir a los centros de información, como biblioteca, archivos y museos. (Quezada, 2010)

B) Técnica de campo

El instrumento de la observación se diseña según el objeto de estudio.

1) Objetivos de investigación

- Explorar: precisar aspectos previos a la observación estructurada y sistemática.
- Reunir información para interpretar hallazgos.

2) Requisitos al observar

- Delimitar los objetos de la observación.
- Especificar el procedimiento o instrumento de observación. □ Comprobación continúa.

- Instrumentos para investigación de campo. (Quezada, 2010)

Para la observación simple:

- "Diario
- Registros
- Tarjetas
- Notas
- Mapas
- Diagramas
- Cámaras
- Grabadoras " (Quezada, 2010)

Para la observación sistemática:

- "Plan de observación
- Encuestas
- Inventarios
- Mapas
- Registros
- Formas estadísticas
- Medición " (Quezada, 2010)

5.02.2.2 . Instrumentos de la Investigación

5.02.2.2.1. LA ENCUESTA

“Es un instrumento para recolección de información que es llenado por el encuestado. Los objetivos son:

- Uniformar la observación.
- Fijar la atención en los aspectos esenciales del objeto de estudio.
- Aislar problemas y precisar los datos requeridos.” (Quezada, 2010)

5.02.2.2.2. Diseño de la encuesta

- “Debemos establecer el propósito de la encuesta acorde a las metas de la investigación. Luego formular las preguntas en orden lógico sobre la temática a desarrollar y por último, escribirlas de manera clara y sencilla.” (Quezada, 2010)

5.02.2.2.3. Tamaño de la encuesta

- “Muy corto se pierde información, muy largo puede resultar tedioso. En este caso las personas pueden negarse a responder, o al menos lo responderán en forma incompleta. El tamaño depende del número de variables y dimensiones a medir, el interés de los encuestados, y la manera como es administrado. (Quezada, 2010)

5.02.2.2.4. Tipos de pregunta

Preguntas cerradas

Son las que solo permiten una opción para contestar. Contiene categorías o alternativas de respuestas que han sido delimitadas. Es decir se presentan a los sujetos posibilidades de respuestas y ellos deben circunscribirse a ellas.

Pueden ser dicotómicas (dos alternativas de respuestas) o incluir varias alternativas de respuestas.

Ejemplo: edad

- Niño Adolescente Joven Adulto. (Quezada, 2010)

Preguntas abiertas

Son las que dejan plena libertad para responder. No delimitan de antemano, las alternativas de respuestas. Por lo cual, el número de categorías de respuestas es muy elevado, en teoría, es infinito.

- Ejemplo: Edad (un año, 10 años, 12 años, 15 años, etc.) (Quezada, 2010)

1. . Presentación de datos

Consiste en dar a conocer los datos en forma resumida, objetiva y entendible.

Las formas más usuales son la tabulación en tablas o cuadros y gráficas.

TABLAS: he aquí las partes principales de una tabla o cuadro estadísticas:

- Título: contiene el que, como, cuando y donde. Debe ser breve y conciso.
- Cuadro: contiene filas y columnas en escala cualitativas y cuantitativas.
- Fuentes y notas explicativas: debe aparecer al pie del cuadro. (Quezada, 2010)

GRAFICAS: "entre los requisitos que deben reunir una gráfica, están:

- Ser auto explicativo.
- Presentar de manera fiel los hechos.
- Estética.
- Limpia y de trazos netos." (Quezada, 2010)

5.03. Formulación del Proceso de la Aplicación de la Propuesta

5.03.1. Investigación de Mercado

5.03.1.1. POBLACIÓN

Población es un conjunto de personas, animales o cosas, que nos permite obtener información acerca del estudio que vamos a realizar en un determinado lugar o estado del país. Por lo que la siguiente propuesta tiene como mercado meta la población de Quito, donde el censo realizado por el INEC, en el año 2010 tiene un número de habitantes de 2,239191. (INEC, (2010), sistema integrado de consultas REDATAM, extraído de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/sistema-integrado-deconsultas-redatam/>, recuperado , 2015)

El estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del año 2010 da como resultado que en la ciudad de Quito el 85.2% pertenece a la clase media, de este porcentaje el 11,2% representa al estrato medio alto; el 22,8% al medio típico; y el 49,3% al medio bajo.

En tanto, el 1,9% de los hogares estudiados pertenece a la clase alta; y el

14,9% a la baja. INEC, (2010), *sistema integrado de consultas REDATAM*, extraído de (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/sistemaintegrado-de-consultas-redatam/>, recuperado , 2015)

Al analizar estos datos se determina que el porcentaje de personas que pueden viajar a la Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo- Bucay es el 85,20 % de la población de Quito (22.8% medio típico, 11.2% medio alto, 49.3% medio bajo y 1.9% clase alta).

(INEC, (2010), *sistema integrado de consultas REDATAM*, extraído de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/sistema-integrado-de-consultas-redatam/>, recuperado , 2015)

Población de Quito: 2.239.191 de habitantes

Población que tiene la posibilidad de viajar: 85.20% de la población de Quito

N: 1907790,732

5.03.1.2 CALCULAR LA MUESTRA

Es la parte explícita o concreta a la cual vamos a estudiar un cierto porcentaje mínimo del lugar.

Análisis

El análisis de cada pregunta de la encuesta es fundamental para poder determinar cuál es el mercado meta que se pretende influenciar para beneficio del objetivo.

Formulas

Luego de la realización de cada encuesta y del análisis es fundamental aplicar las formulas necesarias para poder determinar los porcentajes equivalentes de cada pregunta.

De donde: **n**: es el tamaño de la

muestra **N**: es la población **p y q**:

es la varianza de la población

N-1: es una corrección paramétrica para muestras grandes

e: es el error máximo **z**: **Valor** obtenido mediante niveles

de confianza FORMULA $n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$

$N = \frac{n}{1 - \frac{e^2}{Z^2}}$

$$e^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 1907790,732}{0,05^2} =$$

$$0,05^2 (1907790,732 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50$$

$$n: 1832242,22 =$$

$$4769,47432 + 0,9604$$

$$n: 1832242,22$$

=

$$4770,43472$$

n:

384,082

5.03.1.3. Modelo de la encuesta

ENCUESTA TURÍSTICA

Marque con una X una o más, su respuesta.

1. ¿Cuándo usted viaja hacia qué lugar prefiere ir?

- ❖ Costa ❖ Sierra
❖ Oriente ❖
Galápagos

2. ¿Cuándo viaja con quien lo hace?

- Familia Pareja Amigos Otros

3. ¿Qué tipo de atractivo le gusta visitar?

- Natural Cultural Aventura

4. ¿Porque medio le gustaría que se promocione la ruta de aventura de los cantones El Triunfo-Bucay de la Provincia del Guayas?

- ❖ Radio ❖
TV ❖
Trípticos ❖
Facebook ❖
Twitter

5. ¿Le gustaría realizar la Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo-Bucay en la Provincia del Guayas?

- Sí No

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por transporte, alojamiento, alimentación de la Ruta de Aventura turística de la Prov. del Guayas por día?

- \$ 65 a 75 \$ 76 a 90 \$ 91 a 105

7. ¿Cuál de las siguientes actividades prefiere usted?

- ❖ Senderismo
- ❖ Rafting
- ❖ Canyoning
- ❖ Camping
- ❖ Boyas
- ❖ Canopy

8. Cómo le gustaría de Aventura de los del Guayas?



contratar los servicios turísticos de la Ruta cantones El Triunfo- Bucay de la Provincia

A través de una agencia de viaje



Directamente con la comunidad



Gracias por su colaboración

5.03.1.4 Tabulación de los datos

Para la investigación de proyecto se elaboraron las siguientes preguntas abiertas y cerradas, la cuales los encuestados respondieron de la siguiente manera siendo todas preguntas de escoger una o más, en la cual marcara con una X, las respuestas seleccionadas.

1.- ¿Cuándo usted viaja hacia qué lugar prefiere ir?

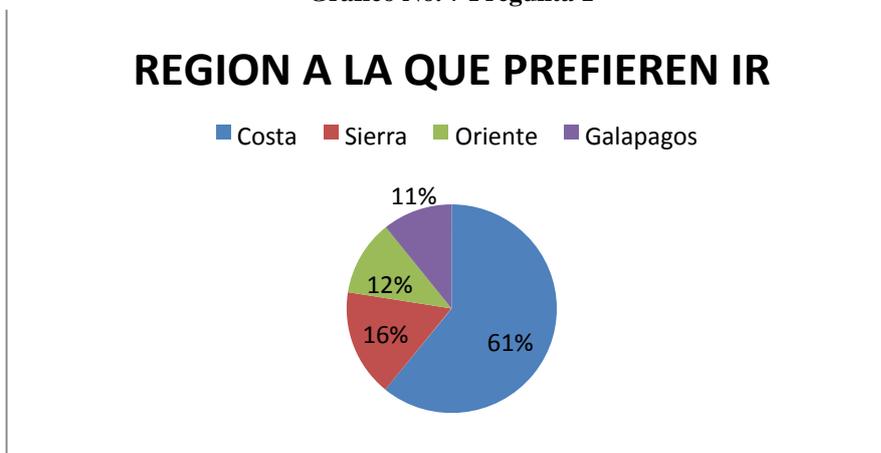
Cuadro No. 5 Pregunta 1

x	fi	%

Costa	238	61%
Sierra	65	17%
Oriente	46	12%
Galápagos	42	11%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

Gráfico No. 7 Pregunta 1



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 6 prefieren ir a la costa, 2 prefieren ir a la sierra, 1 prefiere ir al oriente, y 1 a galápagos.

Demuestra que la mayoría de las personas que respondieron la encuesta prefieren ir a la Costa.

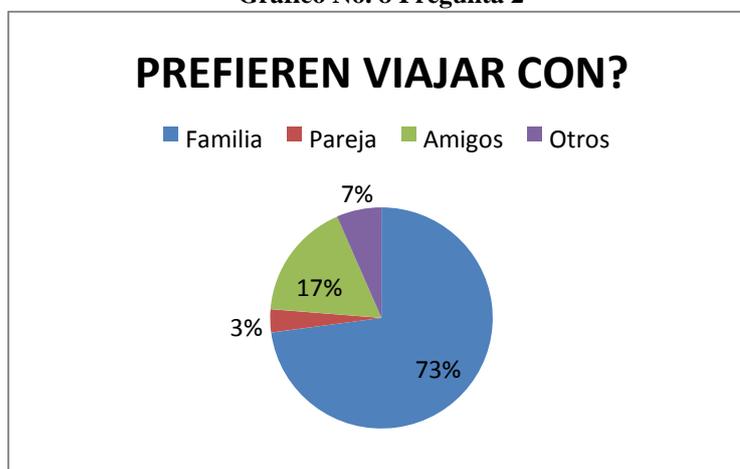
2.- ¿Cuándo usted viaja con quien lo hace?

Cuadro No. 6 Pregunta 2

x	fi	%
Familia	258	73%
Pareja	12	3%
Amigos	61	17%
Otros	23	6%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

Gráfico No. 8 Pregunta 2



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 7 prefieren ir en familia, 2 prefieren viajar con sus amigos, 1 prefiere viajar con otros, ninguna prefiere viajar en pareja.

Las repuestas que fueron de mayoría prefieren viajar en familia.

3.- ¿Qué tipo de atractivo le gusta visitar?

Cuadro No. 7 Pregunta 3

x	fi	%
Natural	195	49%
Cultural	61	15%
Aventura	142	36%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

Gráfico No. 9 Pregunta 3



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 5 prefieren visitar un atractivo natural, 4 prefieren aventura, y 2 prefieren lo cultural.

La gran mayoría de encuestados quisieran visitar lo natural con aventura.

4.- ¿Porque medio le gustaría que se promocioe la Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo - Bucay de la Prov. Del Guayas?

Cuadro No. 8 Pregunta 4

x	fi	%

Radio	12	3%
TV	54	12%
Internet	219	48%
Trípticos	131	29%
Facebook	28	6%
Twitter	15	3%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

Gráfico No. 10 Pregunta 4



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 5 quisieran enterarse por medio de internet, 3 por medio de trípticos, 1 por medio de TV, 1 por medio de Facebook, y ninguna por medio de Radio o Twitter.

La gran mayoría de encuestados quisieran enterarse de nuestros servicios por medio del internet.

5.- ¿Le gustaría realizar la ruta de aventura de los cantones El Triunfo- Bucay de la Prov. Del Guayas?

Cuadro No. 9 Pregunta 5

x	fi	%
SI	372	97%
NO	11	3%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

Gráfico No. 11 Pregunta 5



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 10 SI quisieran realizar la Ruta de Aventura que ofrece los cantones El Triunfo- Bucay de la Provincia del Guayas, y NO ninguna.

La gran mayoría de encuestados quisieran realizar la Ruta de Aventura.

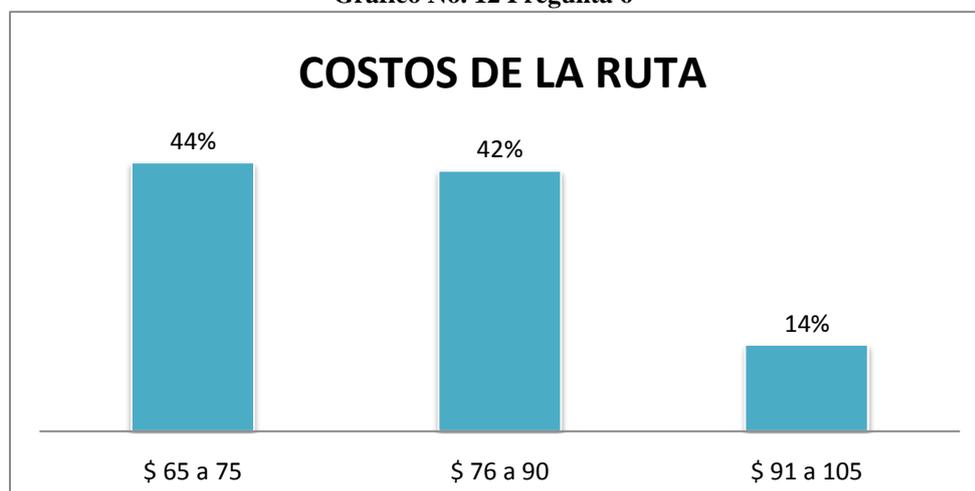
6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por transporte, alojamiento, alimentación, de la Ruta de Aventura de los cantones El TRIUNFO- Bucay de la Prov. Del Guayas?

Cuadro No. 10 Pregunta 6

x	fi	%
\$ 65 a 75	168	44%
\$ 76 a 90	163	42%
\$ 91 a 105	54	14%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

Gráfico No. 12 Pregunta 6



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 4 estarían dispuestos a pagar el valor comprendido, entre un mínimo de \$ 65 dólares y un máximo 75 dólares a por los costos de los servicios que ofrece la ruta, 4 pagarían \$ 76 a 90, y 1 pagaría \$ 91 a 105.

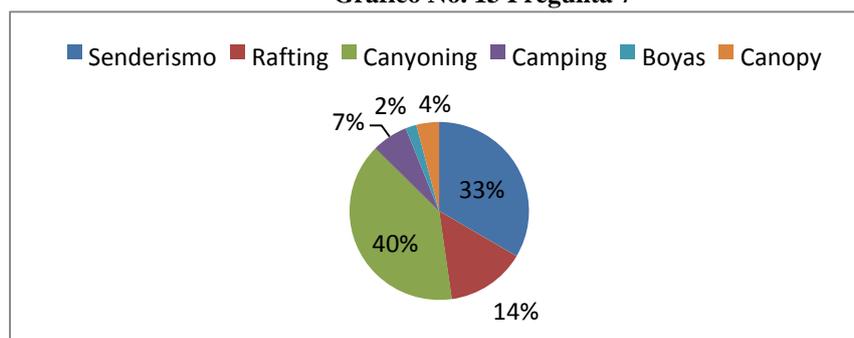
7.- ¿Cuál de las siguientes actividades prefiere usted?

Cuadro No. 11 Pregunta 7

x	fi	%
Senderismo	253	33%
Rafting	108	14%
Canyoning	300	40%
Camping	49	6%
Boyas	15	2%
Canopy	31	4%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

Gráfico No. 13 Pregunta 7



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 4 prefieren realizar la actividad Canyoning, 3 prefieren realizar Senderismo, 1 prefieren Rafting, 1 Camping, y ninguna Canopy o Boyas

8.- ¿Cómo le gustaría contratar los servicios de la ruta de aventura de los cantones El Triunfo- Bucay de la Prov. Del Guayas?

Cuadro No. 12 Pregunta 8

x	fi	%
A través de una Agencia de Viaje	292	76%
Directamente con la Comunidad	92	24%
		100%

Elaborado por: Janina Carpio

CONTRATAR LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA RUTA DE AVENTURA

Gráfico No. 14 Pregunta 8



Elaborado por: Janina Carpio

Interpretación:

De cada 10 personas 8 prefieren contratar los servicios turísticos de la ruta de aventura por medio de una Agencia de Viaje, 2 prefieren Directamente con la Comunidad de la Ruta.

5.03.1.5. Análisis de la investigación de mercado

- El 60% de la población seleccionada de Quito prefieren ir a la costa donde queda demostrado por las encuestas, que la ruta de aventura de los cantones El Triunfo-Bucay, sería una excelente opción.
- El 73% de las personas encuestadas prefieren viajar con su familia.
- El 49% de los encuestados prefieren visitar un atractivo natural, y el 36% prefieren visitar un atractivo de aventura.
- El 48% de las personas encuestadas prefieren enterarse de la Ruta de Aventura turística por medio del internet ya que hoy en día la tecnología es un medio principal para poder tener información.
- El 97% de los encuestados realizarían la Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo-Bucay.
- El 44% de los encuestados estarían dispuestos a pagar el valor comprendido, entre un mínimo de \$ 65 dólares y un máximo 75 dólares a por los costos de los servicios que ofrece la ruta, y el 42% pagarían \$ 76 a 90.

- El 40% de las personas encuestadas en el cantón Quito, prefieren realizar la actividad Canyoning, 33% prefieren realizar Senderismo, lo cual son los deportes principales de la ruta de aventura de los cantones El Triunfo-Bucay.
- El 76% de los encuestados prefieren contratar los servicios turísticos de la ruta de aventura por medio de una Agencia de Viaje.

5.03.1.6. Plan de Marketing

Los programas o productos turísticos que se ofrecerán, tienen como meta la complacencia de servicios turísticos para el cliente, renovando la necesidad de diversión, turismo y la aventura vivida de un paraíso escondido en los cantones El Triunfo- Bucay de la Provincia del Guayas.

Se ofertarán tours, excursiones y paquetes turísticos, los cuales han sido planteados en base a los requerimientos de los turistas y atractivos turísticos de La Ruta de Aventura.

1.0. PRODUCTO

Programa 1: Vive la gran experiencia de visitar la Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo-Bucay, un lugar de encantos de la naturaleza de nuestra tierra. Itinerario

Paquetes Familiares

Paseo de tres días y dos noches alquiler por cabaña de cinco personas **Día**

1:

Comenzaremos nuestra aventura empezaremos el primer día en el cantón Bucay, donde desayunaremos en la hostería Casa de Piedra, luego del desayuno tenemos las visitas a las diferentes cascadas para realizar las diferentes actividades como canopy, Canyoning y senderismo, para poder admirar la belleza natural que este paisaje ofrece, luego nos serviremos el almuerzo, en la tarde podrán disfrutar del relajamiento natural que posee la hostería; para luego tener la cena y hora social, descanso.

Día 2:

-Temprano nos serviremos el desayuno, emocionante aventura donde se realizara un city tour en el cantón Bucay para que realicen compras, luego nos dirigiremos hacia el cantón El Triunfo, para conocer su ciudad y almorzar, inmediatamente nos dirigiremos al refugio silvestre las palmas donde disfrutaremos de su majestuosa naturaleza y acamparemos.

Día 3

Muy temprano desayunaremos, para poder disfrutando de sus instalaciones, para luego tener el almuerzo y comenzar nuestro retorno a Quito, fin de nuestros servicios.

Programas 2: Diversión más Relajamiento más Aventura es igual a Ruta de Aventura

Itinerario

Paquete Vacacional

Paseo de dos días y una noche

- Uso de todas las instalaciones de la hostería Finca el Progreso.
- Alimentación integral
- Charlas recreativas (entrega de material)
- Caminatas
- Natación
- Deportes recreativos
- Caminatas ecológicas: visita a las diferentes cascadas
- Transporte

Programas 3: Cascadas piedras blancas Itinerario

Paquete Juvenil

Dos días y una noche

Día 1

Llegada al cantón Bucay, disfrutaremos de un succulento almuerzo en unos de sus excelentes restaurantes para disfrutar de su gastronomía, e inmediatamente nos dirigiremos a la hostería para poder instalarnos, en la atardecer disfrutaremos de sus instalaciones, para más tarde cenar luego tendremos una hora social para luego descansar.

Día 2

Muy temprano por la mañana desayunaremos en la hostería, y partiremos rumbo hacia las cascadas al inicio del sendero señalización de la ruta turística entre el bosque y el río pequeñas cascadas, cascada de 40 metros, perfecta para el Canyoning. El inicio de la cascada cubierto de neblina, en la caída la profundidad no es mayor de un metro, siguiendo el río en busca de más cascadas, hay siete cascadas en este sendero se encuentra gran variedad de vegetación, llegamos a otra cascada para el Canyoning, esta mide 9 metros, hay algunas especies de flores en el bosque húmedo, el almuerzo será tipo box lunch y regresaremos de camino para realizar el viaje de retorno a Quito.

INCLUYE:

- Transporte Turístico de Primera de Quito a los cantones El Triunfo- Bucay.
- Alimentación completa según programa.
- Ingreso a hostería
- Uso de las instalaciones (Piscina, sauna, hidromasaje, salón para baile).
- Caminata ecológica: Canyoning, canopy y senderismo -

Todas las actividades serán acompañadas por un guía.

2.0. PLAZA

La plaza que se utilizara como medio de distribución de la promoción:

El canal de distribución utilizado será a través de una Agencia de Viaje, localizada en la ciudad de Quito.



3.0. PRECIO

Cuadro No. 13 Precios de paquetes de la Ruta de Aventura

PAQUETES	N. DIAS	ACTIVIDAD	PRECIO
----------	---------	-----------	--------

Paquete familiar	3 días, 2 noches	Diversión Relajamiento Aventura	\$ 325
Paquete Vacacional	2 días, 1 noche	Diversión Relajamiento Aventura	\$ 120 X CADA NIÑO
Paquete juvenil	2 días, 1 noche	Diversión Relajamiento Aventura	\$ 120

Elaborado por: Janina Carpio

4.0. Promoción:

- Paquete familiar, pagos en efectivo un descuento de 10%.
- Paquete vacacional, por cada grupo de 15 niños uno gratis.
 - Intermediarios recibirán el 5% de comisión.

5.0. Publicidad

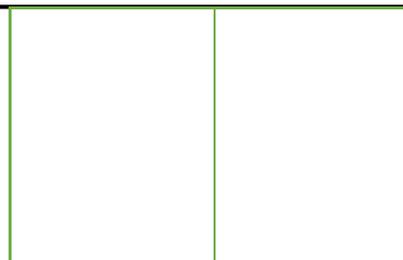
◆ REVISTAS TURISTICAS

Por medio de esta revista turística podrán conocer las características de la ruta de aventura de los cantones El Triunfo- Bucay, en donde podrán ver un poco de información, historia, gastronomía, turismo.

CARACTERISTICAS GENERALES

- Tamaño Cerrado

- Ancho 14.85cmx21cm Alto
- Impreso couche 150 gr
- Full color
- Grapado
- Índice , información, fotos



◆ PÁGINAS EN INTERNET

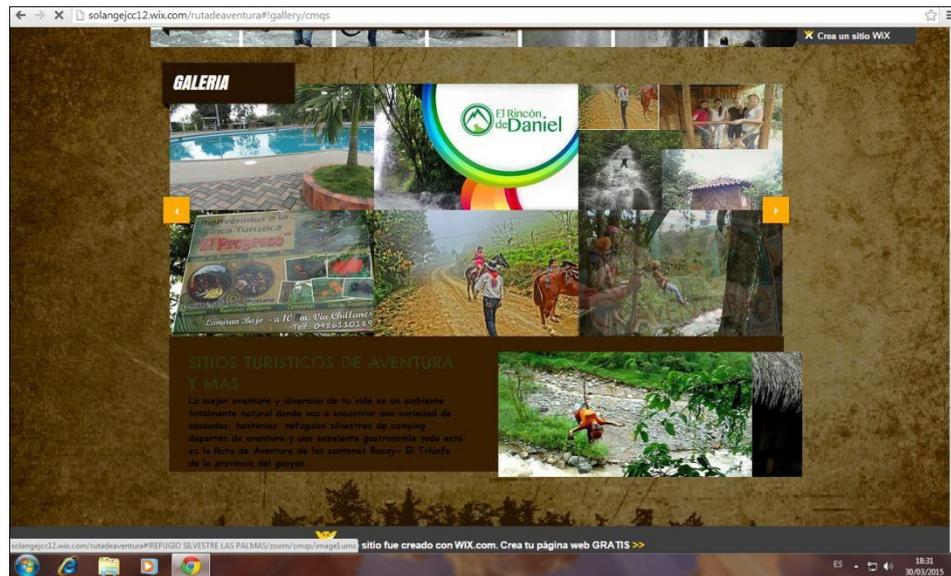
Las páginas en internet son muy importantes hoy en día ya que la tecnología es el avance más grande que se posee para poder informarnos de cualquier inquietud y si es más cuando están interesados en informarse acerca de los lugares turísticos que posee el Ecuador, para lo cual se ha elaborado una página en internet informativa en WIX, acerca de la ruta de aventura de los cantones El Triunfo-Bucay de la provincia del guayas para que los turistas puedan hacer uso de la misma y tengan una mejor información requerida que estos necesiten.

LA PÁGINA SE ENCUENTRA ESTRUCTURADA DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. Inicio de bienvenida: podrá encontrar información de algunos lugares turísticos de la ruta, además podrá visitar las páginas de las redes sociales de cada una. Cómo también va a encontrar los iconos de Facebook y YouTube.



2. Ruta del encanto y la aventura: aquí podrá observar la galería de los sitios turísticos que posee.

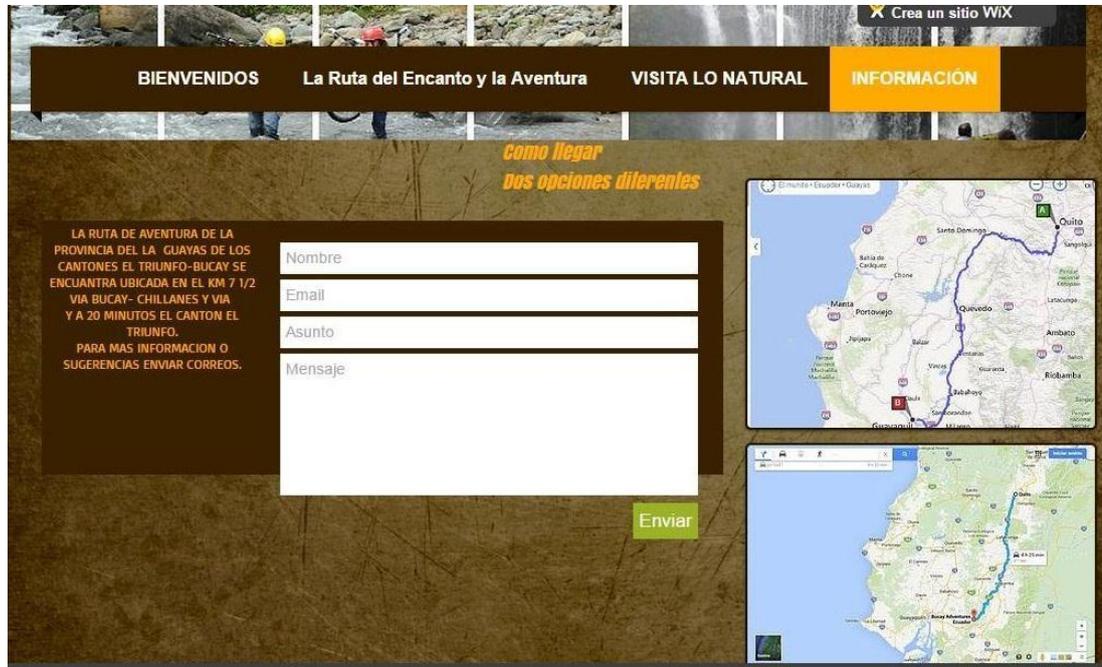


3. Visita lo natural: podrá tener una pequeña información en general de la ruta de aventura.



4. Información: podrá enviar correos electrónicos, sugerencia y como

llegar



◆ FACEBOOK DE LA RUTA DE AVENTURA

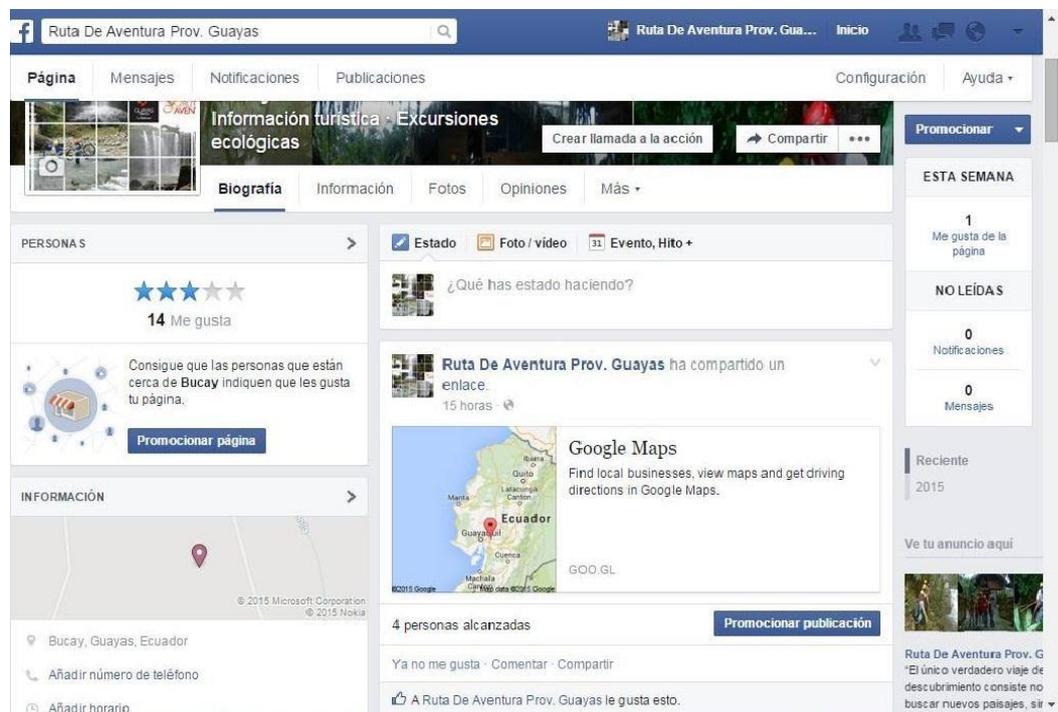
Las redes sociales hoy en día manejan la información del mundo, sea esta buena o mala es un buen factor para que la información contenida sea del agrado de muchos turistas que pretendan visitar y recomendar la Ruta de Aventura, por lo cual está también cuenta con la página oficial que contiene galería, además de información necesaria para darle un buen uso.

EL FACEBOOK SE ENCUENTRA ESTRUCTURADO DE LA SIGUIENTE FORMA:

1. NOMBRE: Ruta de Aventura de la Prov. Guayas

2. PORTADA

3. LA PÁGINA, MENSAJES, NOTIFICACIONES, DIRECCIÓN Y PUBLICACIONES.



◆ ROLL UP

La Roll up banners que se presenta es un herramienta fundamental para dar a conocer la ruta por lo cual se le diseñado de manera que esta puedan observar el paraíso natural de la provincia del Guayas. A continuación tenemos las características básicas y diseño de la misma.

CARACTERISCAS

1. TAMAÑO: 2 mts de Alto x 0.80 cm de Ancho
2. IMAGEN: Lona brillante 13 oz
3. FULL COLOR
4. Tinta base solvente
5. Colocada sobre base de aluminio enrollable roll up



CAPITULO VI

6. Aspectos Administrativos

6.01.1 RECURSOS

Las herramientas utilizadas en el proyecto son de gran importancia, toda vez que estas deben ser tomadas en cuenta para la mejora y desarrollo de la Ruta de Aventura, para lo cual se necesita del talento humano de las personas adecuadas.

6.01.2 TALENTO HUMANO

Son el personal idóneo para el desarrollo de la propuesta en donde podrán en prácticas los conocimientos y capacidades necesarias a la realización del proyecto.

Cuadro No. 14 Talento Humano

TALENTO HUMANO
Comunidad

Tutor
Investigador
Profesionales
Turistas

Elaborado por: Janina Carpio

6.01.3 MATERIALES

Son las herramientas requeridas para poder captar información como es: lápiz, borrador, hojas y más.

Cuadro No. 15 Materiales

MATERIALES
Lápiz
Cuaderno
Borrador
Esferos
Hojas

Elaborado por: Janina Carpio

6.01.4 TECNOLOGÍA

Es necesario contar con recursos tecnológicos necesarios para poder desarrollar físicamente el informe de la ruta, donde se utiliza laptops, cámaras fotográficas, proyectores.

Cuadro No. 16 Tecnología

TECNOLOGÍA
Laptops
Cámaras fotográficas, filmadoras
Proyectores

Elaborado por: Janina Carpio

6.01.5 RECURSOS ECONÓMICOS

Para poder realizar cada paso del proyecto fue necesario utilizar los recursos económicos que este requería.

Cuadro No. 17 Recursos Humanos

RECURSOS ECONÓMICOS
\$ 409

Elaborado por: Janina Carpio

6.2 PRESUPUESTO

Cuadro No. 18 Presupuesto

Recursos	Valor unitario	Valor total
Movilización	\$20 x viaje a los cantones	\$ 100
Alimentación	Varios	\$ 50



Impresión de borradores	Varios	\$ 15
Internet Móvil	\$20x5 meses	\$ 100
Empastado	1	\$ 14
Roll up	1	\$ 30
Revistas Turísticas	5	\$ 100
TOTAL		\$ 409

Elaborado por: Janina Carpio

6.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

- Presentación del desarrollo del proyecto

Cuadro No. 19 Cronogramas de actividades

	AÑO 2014			AÑO 2015			
	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
PRESENTACION DEL TEMA	■						
APROBACION DEL TEMA FORMULARIO 001		■					
Actividades							
CAPITULO I Antecedentes							
Contexto			■				
Justificacion			■				
Definicion del problema central			■				
CAPITULO II ANALISIS DE INVOLUCRADOS							
Mapeo de involucrados			■				
Matriz de analisis de involucrados			■				
CAPITULO III PROBLEMAS Y OBJETIVOS							
Arbol de problemas				■			
Arbol de objetivos				■			
CAPITULO IV ANALISIS DE ALTERNATIVAS							
Matriz de analisis de alternativas					■		
Matriz de analisis de impacto de los objetivos					■		
Diagrama de estrategias					■		
Matriz de marco logico					■		
CAPITULO V PROPUESTA							
Antecedentes(Herramienta y Metodologia que propone la solucion)						■	
Descripcion(Herramienta y Metodologia que propone la solucion)						■	
Formulacion del proceso de la aplicación de la propuesta						■	
CAPITULO VI ASPECTOS ADMINISTRATIVOS							
Recursos						■	
Presupuesto						■	
Cronograma						■	
CAPITULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES							
Conclusiones						■	
Recomendaciones						■	
ACTA DE APROBACION FIRMADA POR EL TUTOR						■	
ACTA DE APROBACION FIRMADA POR EL LECTOR						■	
ENTREGA DE 2 ANILLADOS Y 1 EMPASTADO							■
APROBACION DE HORARIOS DE SUSTENTACION							■
ENTREGA DE EJEMPLARES AL TRIBUNAL DISIGNADO							■

Elaborado por: Janina Carpio

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- La Ruta de Aventura de los cantones El Triunfo-Bucay de la provincia del Guayas, tiene el privilegio de estar ubicados en una zona geográfica entre la costa y la sierra lo cual hace interesante su majestuosa naturaleza que estos ofrecen en gran variedad de flora y fauna que posee.
- La diversidad de recursos naturales con que cuentan los cantones por tener lugares emblemáticos donde el ecoturismo es muy importante, hace que estos recursos permitan conocer lugares y apreciar la cultura local en contacto con el mundo real.
- Los diferentes lugares turísticos que posee la ruta permite realizar un sin número actividades de aventura en su localidad natural, permitiendo presentar un desarrollo importante a futuro sustentable para sus localidades y poder disfrutar de la madre naturaleza que este ofrece por poseer lugares maravillosos.
- Hay que resaltar que existe un gran porcentaje de atractivos naturales y están cerca unos de otros, lo que hace muy fácil visitar algunos en un día, se pueden realizar actividades de aventura y disfrutar de la gastronomía que este les brinda a sus visitantes para que queden satisfechos y puedan regresar.

7.02 RECOMENDACIONES

-
- La Ruta de Aventura se debe tomar en cuenta ya que es importante para las personas que brindan sus servicios en las diferentes localidades deben tener el apoyo necesario de entidades públicas y privadas para que ellos puedan mejorar su calidad de vida y la atención pueda ser totalmente satisfactorio para los clientes.
 - Capacitarse para promover el turismo y la comunidad debe poner más interés a estos recursos naturales y paradisíacos que necesitan ser explotados de manera positiva para captar la atención del turista.
 - La mejora de infraestructuras en lo que tiene que ver con servicios básicos, de los cantones es muy importante ya que ellos son la imagen que brinda a la llegada de turistas de todos lados, lo cual se refleja al momento de visitar la Ruta de Aventura.
 - Deben mejorar y actualizar información de los diferentes lugares que poseen los cantones El Triunfo- Bucay de la Ruta de Aventura, esto es muy importante, ya que cualquier información errónea puede ser perjudicial para ellos.
 - Mejorar las señaléticas, de cada sector turístico que posee la ruta de aventura para poder tener una mejor visualización hacia los lugares específicos que el turista visite.



Anexos

Mapa turístico de la Ruta de Aventura

CANTÓN BUCAY



*BOSQUE HUMEDO
ESPERANZA ALTA
CANTON BUCAY*



*CHIVA PARA INGRESAR A LAS
CASCADA*











EL RINCÓN DE DANIEL



HOSTERÍA CASA DE PIEDRA







Canchas de Recreación





HOSTERÍA FINCA

EL PROGRESO







Cantón El Triunfo







BIBLIOGRAFÍAS

- Ferre, J., Robinat, J., & Trigo, G. (2010). *Enciclopedia de Marketing y ventas*. Oceano/ centrum.
- Flores, L., Carrillo, M., Pinto, A., Valverde, M., & Granja, C. (1979). *Elementos de la metodología de la investigación científica*. Quito: ministerio de la educación y cultura .
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edición ed.). (J. Mares, Ed.) Mexico D.F, Mexico: McGraw-Hill interamericana editores S.A.
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2009). *Marketing*. McGRAW-Hill Interamericana.
- Klote, P., & Lane, K. (2006). *dirección del marketing*. Pearson Education. Kloter, P., & Lane, K. K. (2006). *Dirección del Marketing*. Paerson Educacion.
- kotler, p. (2006). *fundameentos de marketing*. En p. kotler, *fundamentos de marketing* (r. e. garcia, Trad., sexta edición ed., págs. pag. 5-7-8-14). Monterrey Mexico: PEARSON Educacion.
- McCarthy, J., & Perreault, W. (1997). *Marketing*. McGRAW-Hill Interamericana.
- Muñiz, R. (2014). *CEF- Marketing XXI .5a Edicion*. Recuperado el 19 de 01 de 2015, de EL plan de marketing en la empresa: <http://www.marketingxxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- Quezada, N. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*. En Q. L. Nel, & e. e. E.I.R.L (Ed.), *Metodología de la Investigación Científica*. Lima, Peru: Biblioteca Nacional del Peru.
- Sanchez, M. (2011). *Marketing*. Ambato: Maxtudio .
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGRAW-Hill Interamericana.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- definicion.de.* (2008). Recuperado el 11 de 12 de 2014, de <http://definicion.de/rutaturistica/>
- prefectura del guayas.* (13 de julio de 2012). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/el-triunfo>
- Definicion.de.* (2008). *Definicion.de.* Recuperado el 19 de Enero de 2015, de Turismo de aventura: <http://definicion.de/turismo-aventura/>
- Gerencie.com.* (24 de Octubre de 2011). *Economía y finanzas.* Recuperado el Marzo de 2015, de <http://www.gerencia.com/precio.html>
- INEC.* (2010). *Instituto nacional de estadística y censo.* Recuperado el 2015, de Sistema Integrado de Consultas (REDATAM): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/sistemaintegrado-de-consultas-redatam/>
- Municipalidad de Bucay.* (2014). *Gobierno Autonomo Descentralizado Canton General Antonio Elizalde (Bucay).* Recuperado el 2014, de Canton General Antonio Elizalde (Bucay): http://www.municipiobucay.gob.ec/pw_bucay.php
- Municipalidad del El Triunfo.* (2014). *La Prefectura del Guayas.* Recuperado el 2015, de EL TRIUNFO: <http://www.guayas.gob.ec/cantones/el-triunfo>
- Prefectura del Guayas.* (01 de 08 de 2014). *Prefectura del Guayas.* Recuperado el 2014, de Gral. Antonio Elizalde (Bucay): <http://www.guayas.gob.ec/cantones/bucay>
- Ramírez, W. P.* (2014). *La Prefectura del Guayas.* Recuperado el 19 de Enero de 2015, de Historia de la Provincia del Guayas: <http://www.guayas.gob.ec/historia>
- Thompson, I.* (junio de 2010). *marketingintensivo.com.* Recuperado el 20 de Enero de 2015, de Que es promocion : <http://www.marketingintensivo.com/>
- Villalobos, S.* (2010). *Marketing para todos.* Recuperado el Marzo de 2015, de <http://estrategias-marketing-online.com/las-5-p-del-marketing-producto-precio-plaza-promocion-y-%E2%80%9Cpartners%E2%80%9D-socios/>

INFORMES

Municipalidad del El Triunfo. (2014). *PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL.* EL TRIUNFO.