



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL
CARRERA TURISMO Y HOTELERIA**

TESIS

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE
LICENCIADA**

EN TURISMO Y HOTELERIA

TEMA

**INVESTIGACION, EVALUACION, DIAGNOSTICO Y
RECOMENDACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES DE
PROMOCION TURISTICA Y HOTELERA EN LA
CIUDAD DE BABAHOYO.**

AUTOR

BLANCA AMAT SÁNCHEZ

JUNIO, 2012

GUAYAQUIL – ECUADOR



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

INFORME DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Los suscritos, Miembros del Tribunal de Sustentación de la tesis presentado por la egresada Blanca Nataly Amat Sánchez, de la Facultad de Comunicación Social, Carrera de Turismo y Hotelería, efectuado en la Universidad de Guayaquil, acordamos **APROBAR** la investigación, por constituir un aporte al desarrollo académico-científico.

Guayaquil, Junio / 2012

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Msc. Cecilia Galarza

Lcdo. Rene Ortiz O.

Lcdo. Rodrigo Cedeño

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme permitido a través de mis padres estudiar y con gran esfuerzo y ejemplo motivarme a la culminación de mi carrera Universitaria.

Por lo antes expuesto es grato reconocer el apoyo que mi familia me ha brindado, sin ellos no hubiera sido posible llegar con éxito a esta etapa de mi vida. Y como no valorar y reconocer el aporte que nuestros tutores brindaron a través de su conocimiento para nuestra formación profesional con calidez y calidad.

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo y trabajo investigativo a todas aquellas personas que han estado , están y estarán siempre presentes de una manera incondicional, depositando fielmente su confianza en los esfuerzos que he emprendido, emprendo y emprenderé durante los días que Dios me de vida al servicio de los demás.

RESPONSABILIDAD Y DERECHO

Los resultados y conclusiones de esta investigación son responsabilidad del autor; los derechos corresponden a la Universidad de Guayaquil.

Blanca Nataly Amat Sánchez

No. C.I 1206662817

RESUMEN

El presente trabajo investigativo de Evaluación, Diagnóstico y Recomendación sobre las actividades de promoción turística y hotelera, está enfocado al turismo de la Ciudad de Babahoyo relacionado con la poca difusión y promoción de los sitios turísticos el cual no ha permitido el desarrollo turístico en la Ciudad de Babahoyo.

No existe promoción de paquetes turísticos con guías para dar a conocer el porqué es tan importante el sitio (hecho histórico) y se lo ha determinado como turístico; es decir su valor histórico dentro de nuestra cultura.

Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística y que los sitios turísticos estén adecuados de acuerdo a las expectativas generadas durante la promoción de los mismos.

La Casa de Olmedo es uno de los atractivos más importantes de nuestro cantón, ya que aquí se firmó el tratado de la Virginia entre las fuerzas Nacionalistas y el ex presidente Juan José Flores.

El Cerro Cacharí, se encuentra ubicado a 8,5km. de la Ciudad de Babahoyo, es un macizo rocoso constituido por una roca ígnea intrusiva (plutónica) acida muy fracturada, se encuentra rodeado de una planicie aluvial amplia. Se puede observar que los bloques rocosos fracturados de grandes dimensiones forman cavernas.

La Casa Blanca fue construida en el siglo XIX, es un símbolo en la historia de Babahoyo. Es muy común verla en cuadros y fotos adornando oficinas públicas y privadas.

Un destino turístico podría ser "el Paraíso sobre la Tierra" pero si el público no sabede él, es como si jamás hubiera existido para ser visitado.

SUMMARY

This research work assessment, diagnosis and recommendation on activities to promote tourism and hospitality, is focused on tourism in Babahoyo City related to the limited distribution and promotion of tourist sites which has prevented the development of tourism in the City Babahoyo.

No promotion of tour packages with guides to make known why it is so important to the site and has been identified as tourism, their historical value in our culture.

Importantly, the arrival of visitors to a city or a country generates income for the place: hence the importance of promoting tourism and tourist sites is a suitable according to the expectations generated during the promotion thereof.

Olmedo's house is one of the most important attractions of our county, since the treaty was signed here in Virginia between nationalist forces and former President Juan José Flores.

The hill Cachari, is located 8.5 km. Babahoyo City, is a rock mass consisting of a gabbro intrusive (plutonic) highly fractured acid, is surrounded by a wide floodplain. It can be seen that the fractured rock blocks are large caves.

The White House was built in the nineteenth century, is a symbol in the history of Babahoyo. It is commonly seen in pictures and photos adorn public and private offices.

A destination could be 'Paradise on Earth' but if the public does not see it, as if it had never been to visit.

INDICE

| | |
|---|-------------|
| CERTIFICACIÓN Y ACEPTACIÓN DEL TUTOR | ii |
| INFORME DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESPONSABILIDAD Y DERECHO | vi |
| RESUMEN | vii |
| SUMMARY | viii |
| ÍNDICE | ix |
| I .PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.3 OBJETIVOS: 2 | |
| 1.3.1 OBJETIVO GENERAL | 2 |
| 1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS | 2 |
| 1.4. JUSTICACION | 2 |
| II. MARCO REFERENCIAL | 5 |
| 2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES | 15 |
| 2.1.3 FUNDAMENTACIÓN | 21 |
| 2.4 HIPÓTESIS | 29 |
| III. MARCO METODOLÓGICO | 30 |
| 3.2 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS | 30 |
| 3.2.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS | 31 |
| IV. CONCLUSIONES | 32 |
| V. RECOMENDACIONES | 33 |
| VI. BIBLIOGRAFÍA | 34 |

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES:

En el Cantón Babahoyo desde hace aproximadamente 90 años existen los siguientes sitios turísticos:

- ✓ El Cerro Cachari
- ✓ Las Casas Flotantes, denominadas Balsas Flotantes
- ✓ La Casa de José Joaquín de Olmedo (Hacienda La Virginia)
- ✓ La Playita de El Salto
- ✓ El Malecón
- ✓ El Reloj más antiguo del país (Iglesia de la Parroquia Caracol)

Cabe destacar que estos sitios recién desde hace 4 años como iniciativa del Gobierno, se ha iniciado una campaña de difusión sobre el turismo en nuestro país, entre estos esfuerzos de una manera débil aún, se ha intentado desarrollar el turismo en nuestro cantón Babahoyo y por ende en la Provincia de Los Ríos.

Existe un esfuerzo, pero hay que reconocer que falta mucho por hacer, específicamente falta fortalecer la inversión en mejorar la infraestructura de los sitios turísticos, caminos de acceso y viabilizar medios de transporte que accedan hasta estos. El turista pide siempre una buena imagen del sitio y tener en su alrededor variedades de servicios como servicios higiénicos, lugar donde poder alimentarse y sobre todo seguridad.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL TEMA O DE LA SITUACIÓN PROBLÉMICA

La falta de acondicionamiento de los sitios turísticos y la poca difusión-promoción de los mismos no ha permitido el desarrollo turístico en la Ciudad de Babahoyo.

1.3 OBJETIVOS:

1.3.1 Objetivo general

Determinar las causas por las cuales no se ha desarrollado el turismo en la Ciudad de Babahoyo.

1.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Observar los distintos sitios turísticos de la Ciudad de Babahoyo durante la investigación para ver su situación o condición de atención al turista.
- ✓ Realizar una encuesta de muestreo a la ciudadanía sobre su conocimiento y apreciación acerca de los sitios turísticos.
- ✓ Dialogar con el responsable de la oficina de turismo de la Ciudad de Babahoyo para obtener información sobre su gestión en función del desarrollo turístico de la Ciudad de Babahoyo.
- ✓ Sistematizar el resultado de la Investigación en el presente trabajo investigativo, expresando en el mismo las conclusiones y recomendaciones para mejorar el desarrollo turístico de la Ciudad de Babahoyo.

1.4. Justificación

El turismo en la Ciudad de Babahoyo si bien es cierto se le está dando un impulso, este es débil todavía. Dado que no son muy explotados en la ciudad ni en la provincia falta difusión y promoción de los mismos.

Y si algún turista decide visitar los sitios lo hacen muy poco, porque no brindan los servicios complementarios; es decir, sitios donde comprar alimentos, tiendas, comedores o restaurant de comida típica, ausencia de Servicios Higiénicos y se llega al sitio con dificultad de acceso, no existe medios de transporte hasta los mismos.

El turista pide siempre una buena imagen del sitio, en el caso de las balsas flotantes no se les ha ayudado a mejorar de su infraestructura, pues si son

consideradas como sitios turísticos deberían de brindar otra presencia o imagen a los visitantes.

No existe promoción de paquetes turísticos con guías para dar a conocer el porqué es tan importante el sitio y se lo ha determinado como turístico; es decir su valor histórico dentro de nuestra cultura.

Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

Se debe realizar una campaña de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.

La promoción turística de este destino puede incluir publicidades en canales de televisión con imágenes, carteles en las calles de las ciudades con fotografías gigantes, avisos en las radios y el desarrollo de un portal de Internet con contenido multimedia.

La promoción turística, tanto en campo de estudio y nicho laboral, se presentará en el futuro cercano como una necesidad fundamental para las organizaciones públicas o privadas; que estén en esas áreas, es decir, la tendencia es hacia la búsqueda de capacitación en el área y la prospectiva es en la misma dirección, hacia la especialización de los profesionales del sector turístico en el campo de la promoción o más allá, de la mercadotecnia.

El sector turístico es una de las actividades de mayor crecimiento de la economía mundial, así, requiere de especialistas formados en las técnicas de la promoción turística, tanto en el ámbito público como privado.

Las organizaciones que se dedican a las tareas de la mercadotecnia realizan cada vez actividades mercadológicas más complejas, sobre todo por la gran

competencia que hay entre cada uno de los destinos turísticos o empresas turísticas.

Una vez que se tiene un producto, y que existe un posible mercado para ese producto, en el sentido de que en algún lugar hay consumidores del mismo, es indispensable darlo a conocer.

Nadie puede consumir lo que no conoce, por eso será necesario dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de usarlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en deseo y éste en una verdadera necesidad. La promoción puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos.

Los métodos que se utilizan para hacer llegar la información a los mercados turísticos son múltiples y variados; todos constituyen un complejo sistema que se denomina promoción turística, que forma parte del área de comercialización, por lo tanto quedará subordinada al plan de marketing turístico.

Como toda actividad productiva, la promoción turística requiere de un proceso de planeación, en el cual se deberán determinar los siguientes puntos:

- Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.
- Que los mercados (posibles consumidores) deben alcanzar el programa?
Qué medios publicitarios se utilizarán?
- Con qué presupuesto económico se cuenta?
- Cómo se medirán los resultados?

II. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

Ciudad de Babahoyo

La Ciudad de Babahoyo, fue en principios tierra de Los Babahuyus, estos eran guerreros de raza Huancavilca que habitaban en esta región, fue con ellos que el conquistador Sebastián de Benalcazar realizó una alianza para evitar el enfrentamiento armado. Fue levantada en épocas muy remotas por los legendarios indios Babahuyus, integrantes de la valerosa confederación Huancavilca. Posteriormente, en 1796 los colonos Betember y Platza en, adquirieron sus territorios con dineros de sus peculios, e iniciaron el levantamiento de una ciudad a la que llamaron “Santa Rita”.

Originalmente ocupó la margen derecha del Río Babahoyo, y en épocas de la colonia se convirtió en un importante centro de tráfico comercial entre las poblaciones de la costa y de la sierra, Por mucho tiempo se llamó Bodegas, por haber estado allí ubicadas la Aduana y los Almacenes Reales, para el control del comercio entre Guayaquil y las ciudades de la sierra ecuatoriana, razón por la cual durante mucho tiempo se la conoció con el nombre de “Bodegas”.

El Plan de Marketing Turístico del Ecuador tendrá una nueva estrategia desde el 2010. Un grupo de expertos y funcionarios del Ministerio de Turismo mantienen intensas jornadas de trabajo con el propósito de considerar los resultados de la promoción turística de estos últimos cinco años, lo que muy probablemente determinará un ajuste en la estrategia país para el mercado turístico nacional e internacional.

La Ciudad de Babahoyo, fue fundada el 27 de Mayo de 1869 en los terrenos cedidos por la familia Flores frente a la confluencia de los Ríos Babahoyo y Caracol, se estableció en la margen derecha del Rio San Pablo. Por mucho

tiempo se llamó Bodegas por haber estado allí ubicadas la aduana y los almacenes reales, para el control del comercio entre Guayaquil y las ciudades de la sierra ecuatoriana.

Azotada por muchos incendios, el de mayor magnitud ocurrió el 30 de marzo de 1867, que arrasó con todos los bienes de la población, motivo suficiente para que el gobierno de Gabriel García Moreno, resolviera el traslado al lugar que ocupa actualmente.

La capital fluminense se llenó de gloria al otro lado del Río San Pablo, donde hoy se encuentra asentada la Parroquia Urbana Barreiro, pudiendo afirmarse que el Babahoyo de antaño es el Barreiro de hoy.

Babahoyo vivió sus inicios desde el río, que se convirtió en paso imprescindible para el intercambio de productos en el Ecuador, debido a su ubicación geográfica y gracias al río navegable que le dio su nombre e hizo florecer esta pujante ciudad.

El proyecto de regeneración urbana de un antiguo malecón, que en el pasado fue el eje comercial, reemplazado por las carreteras y las nuevas formas de transporte, ha demostrado a los babahoyenses y visitantes que el ímpetu y el amor a la ciudad puede rescatar el patrimonio natural y convertirlo nuevamente en ese eje importante que fue en el pasado.

Geografía

La ciudad está situada en la margen izquierda del río San Pablo, que al unirse en su desembocadura con el Río Catarama forman el Río Babahoyo. Su terreno es plano con pocas elevaciones o lomas sin mucha altura. Una de las más interesantes excursiones en la zona es el descenso en bote por el Río Babahoyo.

Babahoyo se encuentra en el Litoral y es paso obligado para ir hacia la sierra por las carreteras Babahoyo - Quito (Vía Panamericana), Babahoyo - Ambato (Vía Flores) y también por la Babahoyo - Riobamba. Babahoyo tiene

4 parroquias urbanas: Clemente Baquerizo, Dr. Camilo Ponce, Barreiro y El Salto; y 4 parroquias rurales: Caracol, Febres-Cordero, Pimocha y La Unión. Babahoyo se encuentra al Sur de la Provincia de Los Ríos las vías que la unen con las demás ciudades y pueblos de la costa son la Babahoyo - Baba, la Babahoyo - Guayaquil y la Babahoyo - Milagro - Machala. Su situación geográfica es una de las más privilegiadas por Babahoyo pasan cada día más de 27000 carros (entre buses, tráileres y autos). Es un punto comercial entre la Costa y la Sierra. Dentro de la red vial urbana, la ciudad cuenta con dos puentes peatonales que permiten la comunicación con Barreiro y El Salto. Existen cuatro puentes vehiculares: los dos primeros que cruzan los ríos Catarama y San pablo al norte de la ciudad (carretera Babahoyo - Quito); el tercero que cruza el estero Lagarto al Sur de la urbe (carretera Babahoyo - Guayaquil); y el cuarto que está ubicado en el sector La Ventura (carretera Babahoyo - Ambato). Esta limitada: Al norte: los cantones Baba, Pueblo Viejo y Urdaneta. Al sur: La provincia del Guayas. Al este: Montalvo, y la Provincia de Bolívar. Al oeste Baba.

Clima

La ciudad tiene un clima cálido – lluvioso con una temperatura promedio anual de 24 °C. En el invierno existían inundaciones en el casco urbano pero ahora gracias a un sistema de alcantarillado de primera la ciudad no se inunda siendo así con Cuenca las ciudades con el mejor sistema de utilidad del agua del país. La gente es pacífica y humanitaria.

Demografía

Tiene una población de 153.776 habitantes, su centro es uno de los más vastos de la región. Gran parte de su población del cantón del mismo nombre, se encuentra en el casco urbano y las periferias de la ciudad que se encuentran alrededor del By Pass (Via E25 carretera Babahoyo - Quito) que pasa por toda la ciudad de sur a noroeste. El centro de la ciudad comprende desde el Malecón 9 de Octubre, las calles Juan x Marcos, Isaías Chopitea hasta la calle Primero de Mayo. En el sector se concentran las actividades

comerciales y se desarrollan las acciones administrativas públicas. Cuenta con todos los servicios de infraestructura y la mayor parte del equipamiento comunitario de la ciudad; las edificaciones del sector están construidas con materiales perdurables. Las calzadas de las calles se encuentran en buen estado, todos con pavimento rígido y algunas sobrepuestas con una capa de pavimento flexible.

Cultura

La fiesta patronal de la ciudad es el 24 de septiembre. Cada año se rinde un justo homenaje a la Virgen de la Merced de la manera siguiente: Desde el 15 hasta el 23 de septiembre diferentes grupos de seguidores cargan a la Virgen paseando por las calles de la ciudad. El 24 se celebra el día de la Virgen de la Merced para los católicos de la ciudad. Se establece una gran feria dentro del centro de la ciudad donde se muestra y se vende artesanía de las regiones sierra, costa y oriente del Ecuador y siempre hay una gran feria de juegos infantiles. Grupos folclóricos y cantantes nacionales y a veces internacionales vienen a rendirle homenaje a la Virgen en el parque 24 de Mayo a las afueras de la Iglesia Catedral en pleno centro de la cabecera cantonal. El 24 de Septiembre la ciudad se viste de gala rindiéndole homenaje a la Virgen de la Merced.

Festividades locales

Dentro de las festividades locales y feriados que celebran los babahoyenses están los siguientes:

| Festividades locales | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| Fecha | Acontecimiento |
| En febrero o en marzo | Carnaval |
| En marzo o en abril | Semana Santa |
| 27 de mayo | Fundación de Babahoyo |
| 24 de mayo | Batalla del Pichincha |
| 10 de agosto | Primer Grito de Independencia |
| 24 de septiembre | Fiesta Patronal de la Ciudad |
| 6 de octubre | Creación de la Provincia de Los Ríos |
| 11 de octubre | Independencia de Babahoyo |

Economía

La Ciudad de Babahoyo tiene el mejor enlace comercial de la provincia debido a la agricultura de alta escala y a sus cultivos de gran calidad. La población en su gran mayoría se dedica al cultivo, principalmente de arroz,

banano y cacao. Diferentes industrias tienen sede en esta ciudad como Industrias Facundo ubicada a las afueras de la ciudad, así como el Ingenio Isabel María el 4 ingenio más grande del país, y diferentes piladoras; gran parte de la ciudad tiene un gran movimiento económico sobre todo su centro que es el polo económico más grande de la Provincia. En Babahoyo existen diferentes entidades bancarias y cooperativas de ahorro haciéndola una ciudad con todos los servicios si de economía se habla.

Transporte

Cuenta con dos Empresas de Transportes "Fluminense" y la Coop. Santa Rita ambas con 4 líneas de buses cada una que van del noroeste a sur pasando por el centro. También existe el transporte mediante las canoas que colegan las parroquias urbanas Barreiro y El Salto y las parroquias rurales Pimocha y Caracol. También tenemos el servicio de taxi y taxis ejecutivos como son: Compañía. Ciudad Ventura y CompañíaLuigi Car.

Fauna

Aquí se observa muchas especies de animales, gracias al clima cálido o tórrido de que goza la región. Por ello la ganadería se encuentra bien desarrollada ya que existe gran cantidad de ganado porcino caprino, extensa variedad de aves de corral y animales acuáticos como: pescado, camarón, concha, etc.

Flora

El clima y el suelo de la costa permiten el desarrollo de una flora muy variable.

Posee una gran producción agrícola: banano, arroz, plátano, maíz, cacao, yuca, caña de azúcar, tabaco, café, frutas tropicales.

El clima y el suelo de la costa permiten el desarrollo de una flora muy variable.

Posee una gran producción agrícola: banano, arroz, plátano, maíz, cacao, yuca, caña de azúcar, tabaco, café, frutas tropicales.

Gastronomía

El cantón Babahoyo se identifica por su excelente gastronomía entre sus platos típicos más representativos tenemos:

- Sancocho de bocachico
- Cazuela de pescado
- Bollo de corvina
- Ayampaco
- Cebiches de concha, camarón o pescado
- Jugos de frutas tropicales

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Entre varios puntos de encuentro a visitar se establecen estos:

- La casa de Olmedo Puente colgante en Babahoyo
- Parque Infantil
- Cerro Cacharí y su curiosa estructura
- Las playas de la Hacienda El Salto y las del río Seco

El nuevo Malecón de Babahoyo consta de tres Sectores, el primero comprende desde las calles Rocafuerte y Martín Ycaza denominado “La Plaza del Artista” que es un escenario de 144m² además cuenta con cuatro locales de comidas rápidas “K. F C” y juegos infantiles, por demás existe un puente peatonal que une a la ciudad con la parroquia el salto.

En el segundo Sector encontramos “**El Centro Comercial el Río**” ubicado entre las calles Martín Ycaza y Flores, esta es una área de comercio, cuenta con 18 locales comerciales destinados para la venta de mercaderías varias.

Y en el último Sector comprendido entre las calles Flores y Mejía encontramos el “**Parque el Paseo**” esta es una área de paseo arborizado, manteniéndose la vegetación existente, en este sector también existe otra zona de locales de comida que en número de cuatro son para la venta de comida rápida.

Este trabajo corresponde a la primera etapa del total, el que será complementado con la construcción del mercado de mariscos, muelles y embarcaderos que se encuentran en ejecución, así como áreas deportivas y de recreación para niños, jóvenes y adultos

Rodeos montubios

El día de la raza en Vinces, Babahoyo y Pueblo Viejo se percibe un ambiente festivo. El rodeo montubio es una sana competencia entre los propietarios y trabajadores de las haciendas. Ellos participan con hábiles jinetes y también exhiben a sus mejores caballos y yeguas.

Por su tradición, los rodeos atraen a propios y extraños, quienes al final de cada jornada disfrutan de bailes populares. Además, se exhibe la belleza de la mujer campesina durante con la elección de la Criolla Bonita. “El acto tiene la participación de simpáticas jovencitas de las haciendas invitadas”.

Isla Guarumal

Este atractivo se encuentra a veinte y cinco minutos de la parroquia Pimocha, vía fluvial, donde el río lo rodea y forma una pequeña isla donde habitan alrededor de 6 familias.

En el lugar los moradores realizan sembríos de arroz, maíz, verde, yuca y también encontramos del fruto la fruta de pan.

Cerro Cacharí

El cerro Cacharí, se encuentra ubicado a 8,5km. de la ciudad de Babahoyo, es un macizo rocoso constituido por una roca ígnea intrusiva (plutónica) acida muy fracturada, se encuentra rodeado de una planicie aluvial amplia. Se puede observar que los bloques rocosos fracturados de grandes dimensiones forman cavernas.

La casa de Olmedo

La casa de Olmedo es uno de los atractivos más importantes de nuestro cantón, ya que aquí se firmó el tratado de la Virginia entre las fuerzas nacionalistas y el General Juan José Flores. En la actualidad se encuentra en proceso de restauración y está a cargo de la Casa de la Cultura. La última remodelación que se le hizo fue en el año de 1982 cuando el gobierno envió dinero para esa restauración. En el año de 1985 se inauguró la bóveda bolivariana, que es una pequeña construcción con 5 divisiones donde llegaron los cónsules de los 5 países bolivarianos y colocaron tierra de su respectivo país.

La casa Blanca

Fue construida en el siglo XIX, es un símbolo en la historia de Babahoyo. Es muy común verla en cuadros y fotos adornando oficinas públicas y privadas como también en salas de muchos hogares de esta ciudad.

La casa es de dos plantas por lo que se distingue entre las demás que están en el malecón, es un atractivo para la ciudadanía por su modelo, estructura y antigüedad.

Tiene sala, comedor, dormitorio, baños, cocina, balcones y muelle.

Por lo que se puede decir que es una vivienda flotante, la cual es muy llamativa para los turistas ya que en ningún otro sitio existen este tipo de casas.

La Góndola Turística “Bonita Aldea”, sirve para realizar paseos, cabe destacar que esta Góndola está en reparación actualmente.

Río Babahoyo

Atractivo natural que tiene mucha historia todavía en la actualidad existen viviendas flotantes asentadas en su superficie.

En tiempos de antaño era normal observar embarcaciones navegar a diario ya sea por comercio, necesidad o por turismo.

Este es uno de, los puntos que queremos rescatar de nuestro río y convertirlo en un gran medio de comunicación interprovincial como lo fue antes.

Rio San Antonio

Atractivo natural que tiene mucha historia todavía en la actualidad existen viviendas flotantes asentadas en su superficie.

En tiempos de antaño era de lo más normal ver embarcaciones navegar a diario ya sea por comercio, necesidad o por turismo.

Parque deportivo y recreativo

Este parque tiene un área de 183m de largo por 32m de ancho.

Aquí se puede realizar actividades de deporte extremo, ya que posee una pista para estas actividades.

Está ubicado a la entrada de la ciudad vía Guayaquil – Babahoyo.

Parque lineal

Este parque se encuentra en la Avenida 6 de Octubre, al frente del estadio de fútbol Rafael Vera Yépez.

Este atractivo cuenta con áreas de recreación para niños, área de aeróbicos, además cuenta con canchas deportivas de basquetbol, voleibol, etc.

El parque tiene un área de 138,25 m de largo por 22,95 m de ancho.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Turismo.- Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el **turismo** comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua (las olimpiadas son los 4 años que transcurren entre dos juegos consecutivos) en la ciudad de Olimpia, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que permitió a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

Edad media

Durante la edad media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente. En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica pero tanto el Cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo), fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes). En el mundo Islámico el Hajj o peregrinación a La Meca es uno de los cinco Pilares del Islam obligando a todos los creyentes a esta peregrinación al menos una vez en la vida.

Edad moderna

Las peregrinaciones continúan durante la edad moderna. En Roma mueren 1500 peregrinos a causa de una plaga de peste bubónica.

Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numeroso) se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

Ésta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje

de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

El Grand Tour es un viaje motivado por la necesidad de instrucción de estos jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. Del conocimiento “in situ” de la grandeza de Roma, París o Atenas así como de los debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deberían aprender cómo llevar las riendas de un Imperio como el británico. Para algunos autores éste es el auténtico fenómeno fundacional del turismo moderno ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en la Ilustración.

También en esta época hay un resurgir de las termas, que habían decaído durante la edad media. No sólo se asiste a ellas por consejo médico, sino que también se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los centros termales como por ejemplo en Bath (Inglaterra). También de esta época data el descubrimiento de los baños de barro como remedio terapéutico, playas frías (Niza, Costa Azul) a donde iban a tomar los baños por prescripción médica.

Promoción turística

Promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística. El objetivo principal de la promoción turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando la relación visita – gasto. Los objetivos más específicos son:

- Orientar la promoción con base en la demanda de los segmentos de mercado de mayor rentabilidad de la inversión promocional
- ✓ Diversificar la oferta turística, destacando las cualidades de producto diferenciado, experiencia única y alto valor del dinero
- ✓ Desconcentrar geográficamente los flujos turísticos

- ✓ Desestacionalizar la demanda hacia las temporadas bajas
- ✓ Concienciar sobre la importancia y calidad de la actividad y servicios turísticos de una región

Tanto la promoción directa como la publicidad, por lo general, son parte de una campaña pagada, diseñada por profesionales en la materia, de acuerdo con la estrategia de comunicación establecida para que el mensaje a ser transmitido tenga una unidad de criterio y un mismo objetivo final. Lamentablemente, no siempre se sigue esta regla, y el cliente (el dueño del producto) contrata agencias, firmas o personas, por separado, que muchas veces ni se conocen, ni interactúan entre sí, y que mucho menos terminan colocando un mensaje unísono y coherente, factor imprescindible para asegurar el éxito y la penetración de la estrategia.

Cuando se habla de la estrategia de comunicaciones, se está hablando de una estrategia ponderada, estudiada y consensuada entre todos los que de una u otra forma van a tener la responsabilidad de colocar el mensaje que queremos transmitir frente a la opinión pública, o frente al público que científicamente hemos comprobado que es el que particularmente nos interesa; sea por los diferentes medios de comunicación, sea por medio de los artículos u objetos promocionales que se venden o se regalan ("souvenirs"), sea por correspondencia directa o electrónica, o por cualquier otro medio que se pueda llegar a la atención del consumidor.

Los diferentes equipos creativos de los asesores de comunicación elaboran las diferentes tácticas propuestas, en las vertientes que a cada uno le corresponda, pero partiendo de la idea general adoptada anteriormente, donde:

- El logo, concebido científicamente, debería estar presente en absolutamente todo lo que sea producido por el emprendimiento, y su diseño, imagen, colores, proporciones dimensionales deben ser idénticas

100%. Es sobre esta piedra angular que se construirá la imagen perceptible del producto.

- El eslogan -que debe encerrar en sí un resumen de toda la estrategia de comunicaciones y que debe perdurar por un amplio espacio de tiempo (España duró 10 años con un mismo eslogan)- recibirá igual trato que el logo, y solo es prescindible en los casos en que sea absolutamente imperceptible.

- El fondo y/o gráfico(s) que servirá de fondo visual a toda la estrategia, y que junto al logo y al eslogan, formará parte integral de la concepción de la imagen del producto

El párrafo de batalla, el cual puede variar dependiendo de cuál de las bondades del producto se esté intentado transmitir en un momento dado, solo acompaña al logo y a su eslogan en los casos en que los espacios sean suficientes para incluirlo y no afecten o "carguen" el diseño. Este párrafo de batalla debe haber sido redactado previamente como parte de la Estrategia de Comunicaciones para el producto o aspecto del producto correspondiente.

- Los párrafos informativos, que deben ser priorizados en el orden que se considere técnicamente aconsejable presentarlos, acompañados de sus fotos o gráficos correspondientes, ofreciendo:

- Ø Información corporativa

- Ø Información técnica del proyecto o producto

- Ø Información sobre las bondades únicas o sobresalientes

- Ø Información sobre los puntos de venta y de cómo obtener el producto

Una vez definido el o los mensajes básicos que va a difundir la estrategia de comunicaciones, el resto depende del cuándo, cómo y dónde, porque la unidad comunicadora ya está establecida.

No importa qué medio se vaya a emplear para dar a conocer, promocionar, o publicitar el producto, el contenido del mensaje solo va a estar limitado por el espacio físico o de tiempo, ya que lo demás (logo, colores, eslogan, párrafo o párrafos, fondos, gráficos, hasta el discurso de los voceros, etc.) está todo previamente concebido.

De esta forma, el grabado que tiene el bolígrafo de un potencial cliente va de la mano con el bulto o la gorra que este lleva puesta, y estos con el afiche exhibido en la calle o anuncio publicado en el periódico, que también va de la mano con lo visto por televisión o la red de Internet, estos últimos, conteniendo un poco más de información descriptiva del producto y sus bondades, tal y como fueron escuchados por la radio.

Igualmente, los reportajes sobre el producto, gratuito o pagados, contendrán, en la mayoría de los casos, la información básica que queremos transmitir, ya que al medio se le entrega esta literatura básica (Nota de Prensa), que normalmente le sirve de guía en la producción del reportaje, y en ocasiones hasta material gráfico (fotos o vídeos profesionales) de detalles importantes o de escenarios que no son fáciles de captar nuevamente, todo seleccionado, valorado y escrito minuciosamente de acuerdo con la estrategia de comunicaciones.

Lo único que no está bajo el absoluto control de la estrategia de comunicaciones, son los reportajes libres, de periodistas o productores de cierta fama, porque en la mayoría de los casos estos inspeccionarán el producto del punto de vista de su propia satisfacción como consumidor y, aunque destacarán lo bueno y lo sublime de una forma tal que probablemente ninguna estrategia de comunicaciones podría realizar,

también señalará las deficiencias del mismo que, si son graves o profundas, lo afectarán sensiblemente.

Un reportaje favorable sobre un destino turístico (país, zona, o "resort") en un medio de comunicación de buen alcance público, muchas veces supera en valor la inversión realizada en toda una campaña de promoción masiva millonaria.

Se habla de **campaña de promoción turística** para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas cuyas características principales son:

Productos turísticos

Turismo individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

Turismo de masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional

Un destino turístico podría ser "el paraíso sobre la tierra" pero si el público no sabe de él, es como si jamás hubiera existido para el resto del mundo.

La palabra, el don de comunicarnos entre unos y otros, es probablemente el más importante de los dones concedidos por el Creador a los humanos, ya que sin este don el poder de razonar que nos distingue de los animales no tendría mucho valor al no poder compartirlo con nuestros semejantes.

En consecuencia, el poder de la palabra -el poder de comunicarnos- es imprescindible para poder compartir con los demás, de forma organizada e inteligible, nuestros descubrimientos, nuestros anhelos, nuestros planes, nuestras inquietudes... y todo lo demás que sentimos o pensamos.

La comunicación, por ende, es base fundamental de la promoción o publicitación de un producto -no importa de qué índole o efecto, incluyendo el "producto turístico"- como parte del proceso de mercadeo o "marketing" de ese producto en el mercado que uno haya elegido.

Para que un objeto, servicio, propiedad, sector, zona, región, o país se convierta en una atracción turística con caracteres de "producto" para ser mercadeado, es necesario que este potencial producto llene una serie de requisitos mínimos que son necesarios, antes de que este pueda considerarse en condiciones para poder competir con los múltiples "productos" similares que optan por el favor de los consumidores (los turistas).

El requisito final, antes de su lanzamiento y para su posterior permanencia en el mercado es: la comunicación.

Crear en las comunidades una conciencia de la importancia que tiene el turismo para el desarrollo socio-económico de la zona y la necesidad de conocer, conservar y preservar los recursos turísticos naturales y culturales propios del sector, para beneficio de la comunidad, complementado con un adecuado trato al turista, a fin de que sean generadores del cambio positivo que el país necesita para ubicarse como un destino turístico.

Es necesario y urgente que se plantee al interior de las organizaciones de gobiernos locales y oficinas de turismo impulsar programas de capacitación relacionados a la siguiente temática.

- Relaciones humanas aplicadas al turismo
- Calidad en el servicio
- Planta de servicios turísticos
- Políticas de promoción del Ministerio de Turismo
- Ecoturismo
- Generalidades del turismo
- Geografía turística
- La actividad de la guianza en el país
- Impactos del turismo en el desarrollo socio-económico del país
- Ejemplos de comunidades que han logrado desarrollar el turismo
- Técnicas de minimización de impactos negativos del turismo

También se debe destacar la importancia de elevar el nivel técnico-profesional de los prestadores de servicios turísticos, a fin de que esta capacitación se refleje en la calidad de los servicios.

- Tecnología de Bar
- Tecnología de Restaurante
- Tecnología de Pisos
- Manipulación e higiene alimentaria
- Administración y marketing turístico
- Organización de eventos
- Relaciones humanas aplicadas al turismo
- Calidad en el servicio

Dotar de las herramientas necesarias teórico prácticas para guiar profesionalmente a turistas nacionales o extranjeros en los territorios de

jurisdicción, brindando una información veraz del Ecuador y de sus territorios, con sentido patriótico protegiendo nuestro patrimonio natural y cultural.

Es parte de la política del gobierno actual en la lucha contra la pobreza de sectores vulnerables, esperando que los habientes de los sectores deprimidos no abandonen su tierra y tengan una opción de trabajo para elevar el nivel socio-económico de sus habitantes.

- Relaciones humanas aplicadas al turismo
- Marco legal de los guías de turismo
- Planta de servicios turísticos
- Estadísticas turísticas
- Historia del Ecuador
- Geomorfología
- Introducción al Turismo
- Geografía Turística
- Flora y Fauna del Ecuador (Etnobotánica, Ornitología)
- Arqueología
- Grupos étnicos de la región
- Técnicas de Orientación y Cartografía
- Interpretación Ambiental
- Técnicas de guianza
- Ecoturismo
- Plan de manejo de áreas protegidas
- Atractivos turísticos de las áreas protegidas
- Tráfico de vida silvestre
- Primeros auxilios

Propender a cada uno de los ecuatorianos se constituyan en informadores de las bellezas naturales y culturales con las que cuenta nuestro país y las

opciones de turismo que pueden ser desarrolladas en Ecuador, constituyéndose en una inversión en promoción, ya que es la mejor manera de difundir nuestros atractivos turísticos.

- Relaciones humanas aplicadas al turismo
- Calidad en el servicio
- Atractivos turísticos del Ecuador con énfasis al sector de la Ciudad de Babahoyo
- Ecoturismo
- Grupos étnicos del Ecuador
- Planta de servicios turísticos.

Conocer técnicas de atención y servicio al cliente, trato al cliente y manejo de las diferentes formas de manejar los conflictos con clientes que en un negocio se presentan

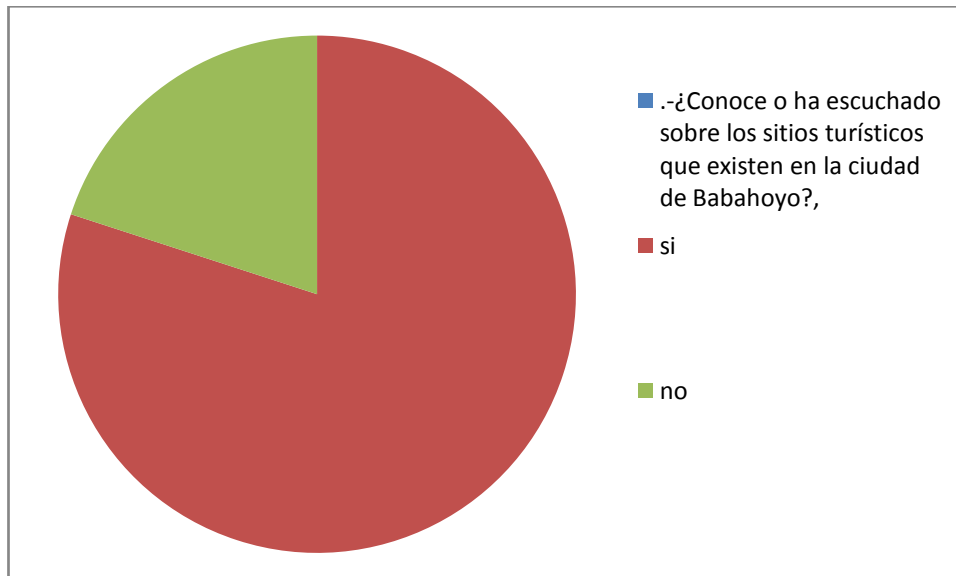
Utilizando la tecnología se desarrollará material publicitario para fortalecer el producto o servicio que se tiene.

La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para promover productos o servicios.

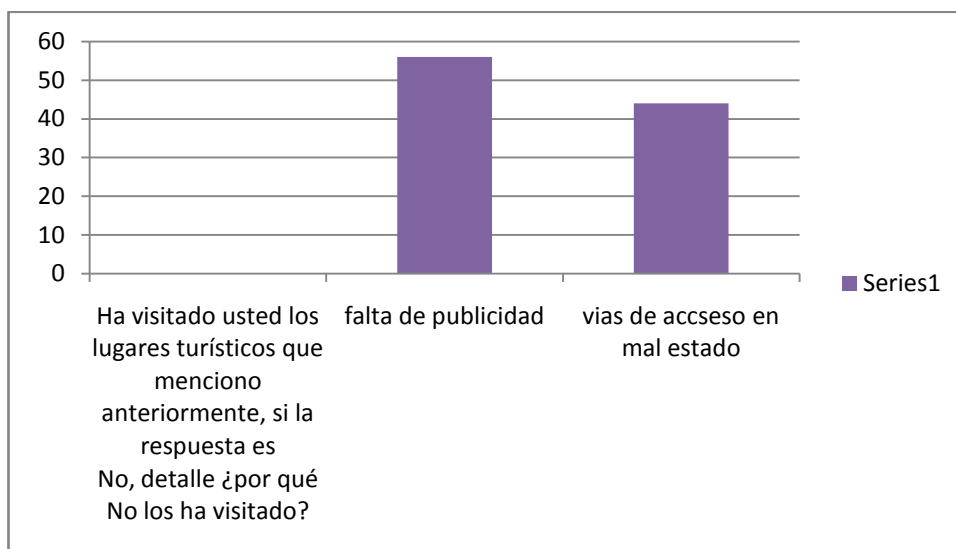
El proceso que se deberá seguir para gestionar promoción será el siguiente:

- Escoger los medios de promoción a utilizar.
- Solicitar presupuesto al Municipio, para la promoción turística de Babahoyo.
- Acudir a las diferentes instituciones gubernamentales del estado para gestionar presupuestos adicionales:
- Ministerio de Turismo
- Gobierno de la Provincia de Los Ríos.

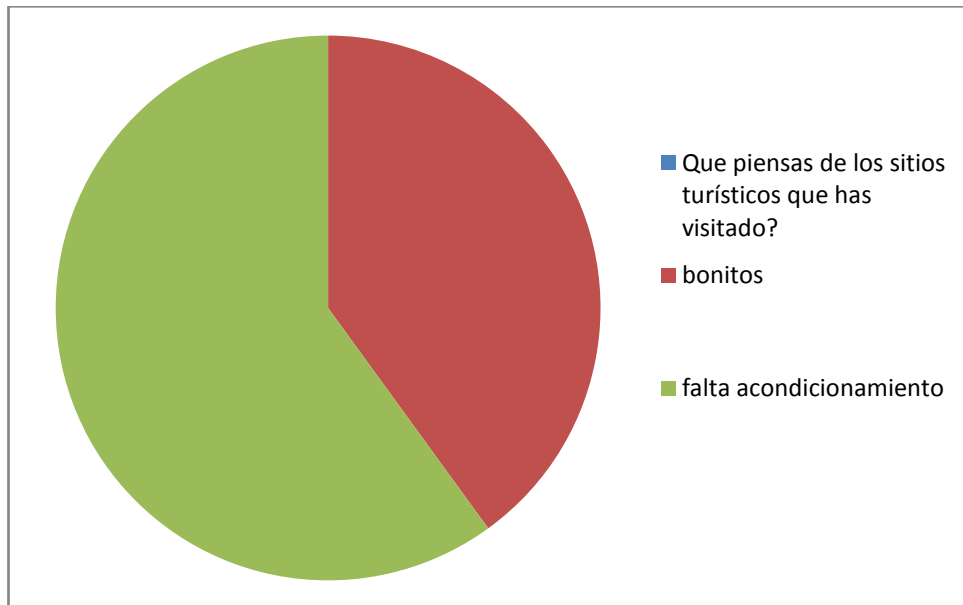
Se han realizado encuesta a los habitantes de la Ciudad de Babahoyo los cuales comprendían entre las edades de 18 a 35 años, las cuales arrojaron los siguientes resultados:



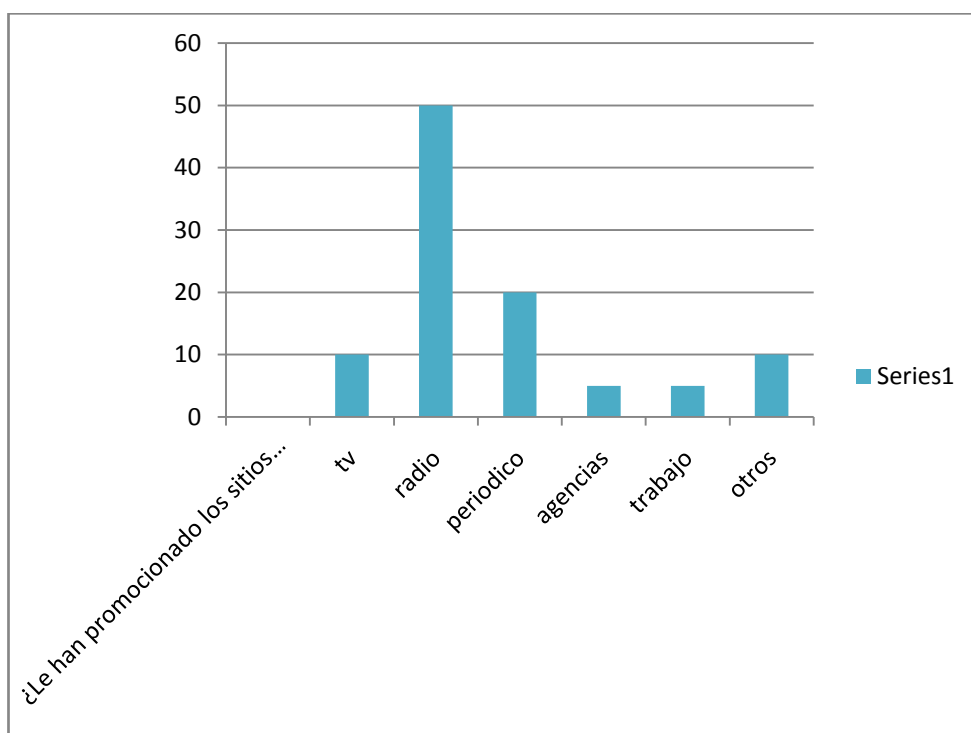
El 80% de los encuestados respondieron que no han escuchado sobre los sitios turísticos de la Ciudad de Babahoyo.



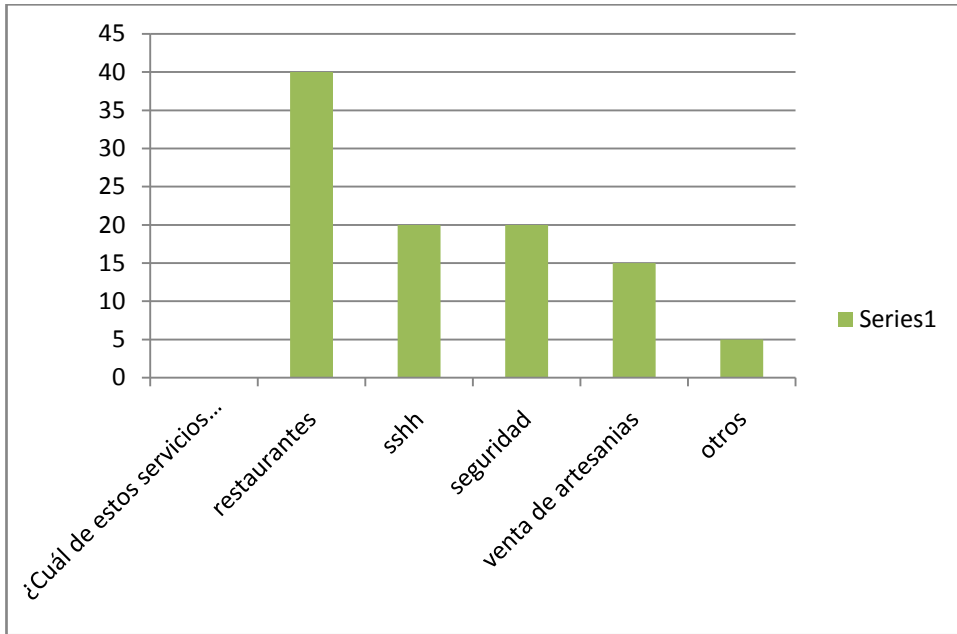
El 56% de las personas encuestadas respondieron que no han visitados los sitios turísticos de la Ciudad por falta de publicidad de los mismos.



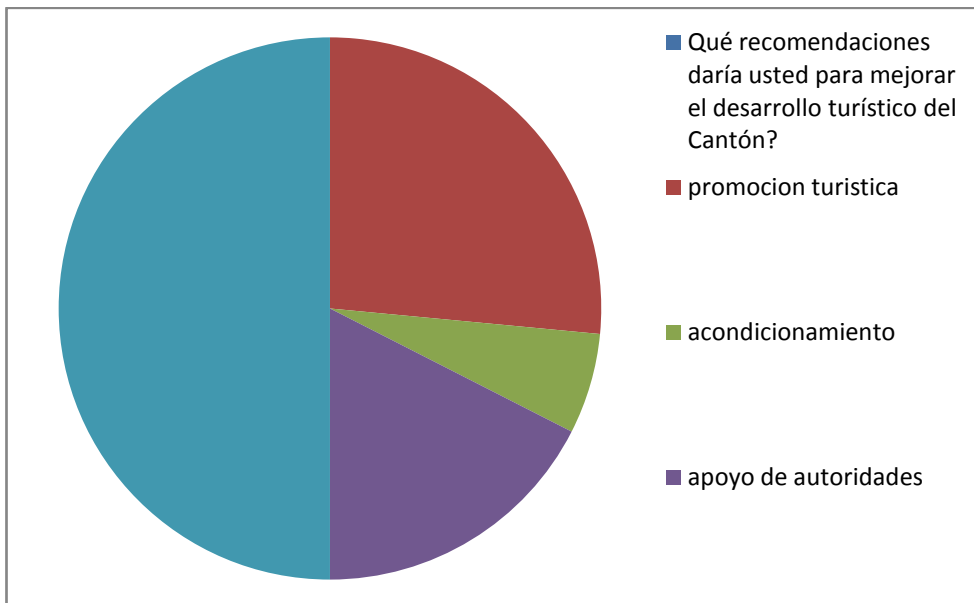
El 40% de los encuestados dijo que los lugares turísticos que ha visitado son bonitos, mientras que el 60% dijo que le falta acondicionamiento.



El 50% de los encuestados respondieron que han escuchados promociones de los lugares turísticos por radio, 20% por periódico, el 10% por tv, 10% por otros, 5% por agencia de viajes y otro 5% por compañeros de trabajo.



El 40% de los encuestados respondió que restaurantes sería uno de los servicios turísticos que debería tener los sitios turísticos, el 20% servicios higiénicos, el 20% seguridad para los turistas, 15% venta de artesanías y un 5% de otros servicios.



Entre las recomendaciones para mejorar el desarrollo turístico del cantón los encuestados respondieron de la siguiente manera: un 53% promoción turística, 6% acondicionamiento del lugar turístico y un 18% necesidad de apoyo por parte de las autoridades del cantón.

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis general

Si los programas de desarrollo turístico del país impulsaran coordinaciones que involucren a los Municipios y juntas parroquiales para la elaboración de un Plan de desarrollo turístico en donde se incorpore los aspectos de: Mejora de Infraestructura, arreglo de caminos de acceso a los sitios y se crearan servicios complementarios a la visita como servicios higiénico, alimentación y seguridad; se podrá impulsar el turismo en la Provincia y el cantón Babahoyo.

A más de lo antes expuesto es necesario capacitar a guías turísticos que brinden servicios como tales a través de paquetes turísticos armados desde los GADS (Gobiernos Autónomo Descentralizado)

En otras palabras, el sector turístico debe tomar en cuenta a los forjadores de la Opinión Pública (medios de comunicación y periodistas), antes de embarcarse en proyectos aventureros o potencialmente controversiales, y si no lo hace, tampoco puede exigir que estos forjadores de la Opinión Pública callen, escondan o ignoren las debilidades o efectos negativos de dichos proyectos. En resumen, cada producto turístico debe estar acompañado de una profesionalmente diseñada Estrategia de Comunicación.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará a través de diagnóstico fundamentado en encuestas y la visita y observación de los sitios turísticos.

3.2 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.2.1 Métodos teóricos

Se ha buscado en distintas Bibliografías, libros y páginas Web por internet la teoría acerca del tema investigativo, con el objetivo de fundamentar con información teórica sobre la falta de difusión o promoción de los distintos sitios turísticos del Cantón Babahoyo y su falta de arreglo en la infraestructura de los mismos sin servicios básicos para la atención a los turistas.

3.2.2 Métodos empíricos

Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección de la percepción, a través de procedimientos prácticos con el objeto y diversos medios de estudio. Los métodos de investigación empírica conlleva al investigador a una serie de procedimientos prácticos con el objeto y los medios de investigación que permiten revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto; que son accesibles a la contemplación sensorial. La investigación empírica permite al investigador hacer una serie de investigación referente a su problemática, retomando experiencia de otros autores, para de ahí a partir con sus exploración, también conlleva efectuar el análisis preliminar de la información, así como verificar y comprobar las concepciones teóricas. Entre los métodos empíricos utilizados en la presente investigación están: tenemos: La Observación con la técnica que posibilitó la recolección de información a través de Encuestas.

3.2.3 Técnicas e instrumentos

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.

La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado

IV. CONCLUSIONES

- ✓ De la realización de este trabajo podemos concluir que la comunicación turística, es base fundamental de la promoción o publicitación de un producto no importa de qué índole o efecto, incluyendo el "producto turístico" como parte del proceso de mercadeo o "marketing" de ese producto en el mercado que uno haya elegido.
- ✓ No se ha incorporado dentro de los programas de turismo, guías turísticos capacitados para la promoción y difusión de los sitios turísticos de la Ciudad de Babahoyo.
- ✓ La mayor parte de los encuestados reconocen que los sitios turísticos no están difundido como programas integrales de turismo con servicios básicos integrados a través del mejoramiento de infraestructura.
- ✓ No se cuenta con guías Capacitados para ser los acompañantes en las visitas y difusión de los sitios turísticos de la ciudad de Babahoyo.
- ✓ La Promoción del Turismo en Babahoyo tendrá un impacto positivo en las áreas: económica, social, medio ambiente y de comportamiento, lo cual garantiza que el desarrollo turístico no afectará negativamente a la comunidad ni al medio natural que la rodea.

V. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los Municipios incorporar dentro su planificación la mejora en infraestructura y acondicionamiento de caminos de acceso a los sitios turísticos de Babahoyo.
- ✓ Coordinar acciones en conjunto con la oficina de turismo de la ciudad de Babahoyo para la difusión o promoción de los sitios turísticos.
- ✓ Incorporar en los programas de estudios o culturales dentro de las Entidades Educativas programas de difusión y visita a los sitios turísticos de la ciudad acompañados con guías voluntarios previamente capacitados por la oficina de turismo.
- ✓ Crear un organismo que fomente la actividad turística en la zona con el respaldo del Municipio y de todos los involucrados. Para que de esta manera puedan mejorar sus ingresos y al mismo tiempo preservar su medio natural.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.babahoyo.gob.ec/pagina.php?id=3&id1=6&submenuheader=1>
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10557/3/Recorridos.pdf>
- <http://marcelaturismoenbabahoyo.blogspot.com/>
- <http://definicion.de/promocion-turistica/>
- Libro planet travel 2010 2011 del Ministerio de turismo.
- Babahoyo “capital fluvial de Ecuador” del Ministerio de turismo.

A

N

E

X

O

S

RECORRIDO 1

MAPA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO



Fuente: Municipalidad de Babahoyo; Dibujo por autores. Año 2009

RECORRIDO 2

MAPA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO



Fuente: Municipalidad de Babahoyo; Dibujo por autores. Año 2009

RECORRIDO 3

MAPA TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO



FOTOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS DE BABAHOYO

LA CASA DE OLMEDO



Es uno de los atractivos más importantes de nuestro cantón.



En esta casa se firmo el tratado de la Virginia entre las fuerzas nacionalistas y el Gral. Juan José Flores.

EL CERRO CACHARI



Cerro Cachari es un macizo rocoso constituido por una roca ígnea intrusiva.



En este lugar turístico se pueden realizar excursiones, caminatas y camping.

PARQUE LINEAL



Lugar muy visitado para realizar actividades físicas.



PARQUE DEPORTIVO

Parque visitado para realizar deportes extremos como: patinaje, ciclismo.

RODEOS MONTUBIOS



Festividad típica que se realiza todos los años para el día de la raza.



Actividades que se realizan el dicha fiesta.

PLAZA DEL ARTISTA (MALECON)



Lugar destinado para la realizacion de actividades artisticas.

GASTRONOMIA



Deliciosa gastronomia tipica del Canton Babahoyo como: el bollo, ayampaco.

MODELO DE ENCUESTA

Fecha: _____

Lugar: _____

1.- ¿Conoce o ha escuchado sobre los sitios turísticos que existen en la ciudad de Babahoyo?, si la respuesta es SI, enumérelas:

SI NO

2.- Ha visitado usted los lugares turísticos que menciono anteriormente, si la respuesta es No, detalle ¿por qué No los ha visitado?

3.- Que piensas de los sitios turísticos que has visitado?

4.- ¿Le han promocionado los sitios turísticos que existen en la Ciudad de Babahoyo?

Si la respuesta es Sí, escoja a través de qué medio:

Radio TV Periódico Agencia de Turismo

Trabajo Otros

5.- ¿Cuál de estos servicios considera usted son necesarios se encuentren en los sitios turísticos?

Comedor/restaurant

Servicio Higiénico

Seguridad

Venta de artesanías

Otros

6.- Qué recomendaciones daría usted para mejorar el desarrollo turístico del Cantón?
