



**Universidad de Guayaquil**

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

**DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA EL DISEÑO  
DE UN PLAN DE PROMOCION EN LA HOSTERIA OLYMPUS DEL  
CANTON BUCAY**

**TUTOR:**

**ECON. CARLOS ORTIZ NOVILLO**

**AUTOR (A):**

**SHIRLEY CEPEDA**

**JUNIO 2021**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>			
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN</b>			
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCION EN LA HOSTERIA OLYMPUS DEL CANTON BUCAY		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	CEPEDA MOROCHO SHIRLEY PAOLA		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	TUTOR: EC. CALOS ORTIZ NOVILLO REVISOR:		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	TURISMO Y HOTELERIA		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERIA		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	71
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>			
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	Servicios Turísticos, Hostería, Plan de Promoción, Turismo.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras):	<p>La presente investigación tiene por objetivo analizar los servicios turísticos del cantón Bucay para implementar el diseño de un plan de promoción en la Hostería Olympus, mejorando la afluencia de visitantes dentro del mismo, ofreciendo un servicio de calidad y nuevas ofertas para todos los turistas y que el establecimiento sea reconocido a nivel nacional.</p> <p>Una de las metodologías aplicadas en la investigación es el método cuantitativo-cualitativo, donde se realizó la observación, entrevistas y encuestas para poder conocer desde el punto de vista de los visitantes las opiniones que tienen acerca de los servicios turísticos del cantón y que tan eficiente sería la propuesta planteada dentro del mismo.</p> <p>Mediante la investigación realizada se obtiene como resultado la deficiencia de turistas debido a la baja promoción que demanda la hostería y no cuenta con la debida promoción para ofertar sus servicios y se pueda desarrollar económicamente, siendo la más reconocida dentro del cantón por ofrecer un servicio único y satisfactorio.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0994494707		<b>E-mail:</b> <a href="mailto:shirleycepeda98@gmail.com">shirleycepeda98@gmail.com</a>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> PS. CI. Saadda Fatuly Adum, Mgs.		
	<b>Teléfono:</b> 042948410		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:saadda.fatulya@ug.edu.ec">saadda.fatulya@ug.edu.ec</a>		

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA**

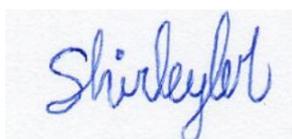
---

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA  
OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Yo **SHIRLEY PAOLA CEPEDA MOROCHO** con **C.I. No. 0942071317**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“DIAGNÓSTICO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN EN LA HOSTERÍA OLYMPUS DEL CANTÓN BUCAY”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\***, autorizo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

\*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines



---

SHIRLEY PAOLA CEPEDA MOROCHO

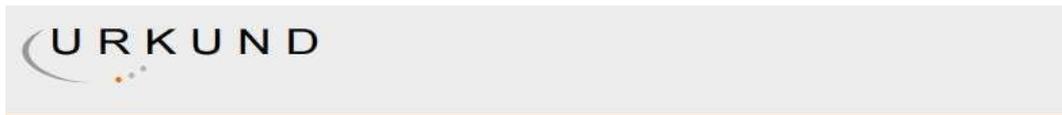
C.I. No. 0942071317

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Ec. Carlos Ortiz Novillo, MSc.**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **SHIRLEY PAOLA CEPEDA MOROCHO, C.I 09402071317**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERIA. Se informa que el trabajo de titulación: **“DIAGNÓSTICO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN EN LA HOSTERÍA OLYMPUS DEL CANTÓN BUCAY”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio (URKUND) quedando el 1% de coincidencia.



Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Tesis-Hosteria Olympus-Cepeda.docx (D112264073)  
**Submitted:** 9/9/2021 4:28:00 AM  
**Submitted By:** shirley.cepdam@ug.edu.ec  
**Significance:** 1 %

<https://secure.arkund.com/old/view/106965765-206138->

[825769#q1bKLVayijbUMTTQMTTUMdlxNtcxMdKx0LGM1VEqzkzPy0zLTE7MS05VsjLQMzCwNda3NDIzMz](https://secure.arkund.com/old/view/106965765-206138-825769#q1bKLVayijbUMTTQMTTUMdlxNtcxMdKx0LGM1VEqzkzPy0zLTE7MS05VsjLQMzCwNda3NDIzMz)

[M3tTQwsDAyqwUA](https://secure.arkund.com/old/view/106965765-206138-825769#q1bKLVayijbUMTTQMTTUMdlxNtcxMdKx0LGM1VEqzkzPy0zLTE7MS05VsjLQMzCwNda3NDIzMz)



Firmado electrónicamente por:

CARLOS  
RIGOBERTO ORTIZ  
NOVILLO

**DOCENTE TUTOR**  
**EC. CARLOS ORTIZ NOVILLO**  
**C.I: 0300486693**  
**FECHA: 09/09/2021**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA**

---

**CERTIFICADO DE TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 10 de Septiembre 2021

Sra.

Dra. Marjorie Noboa Auz

DIRECTORA DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA FACULTAD DE  
COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación **“DIAGNÓSTICO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN EN LA HOSTERÍA OLYMPUS DEL CANTÓN BUCAY”**, de la estudiante **SHIRLEY PAOLA CEPEDA MOROCHO**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:

**CARLOS  
RIGOBERTO ORTIZ  
NOVILLO**

---

**DOCENTE TUTOR  
EC. CARLOS ORTIZ NOVILLO**

**C.I: 0300486693**

**FECHA: 09/09/2021**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA TURISMO Y HOTELERÍA**

---

**CERTIFICADO DE TUTOR REVISOR**

Sra. Dra.

Nombre completo: Marjorie Noboa Auz

DIRECTOR (A) DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCION EN LA HOSTERIA OLYMPUS DEL CANTON BUCAY del o de los estudiante (s) SHIRLEY CEPEDA MOROCHO.

Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 20 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad. La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 15 años. La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Firmado digitalmente por:  
TOMAS HUMBERTO  
HERRIGUES LAGUANA

---

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. 0912602711

FECHA: 24 de septiembre del 2021

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a Dios y a mi familia quienes han estado presentes y me han guiado, educado y apoyado incondicionalmente en todo para ser una mujer de bien y poder culminar uno de los propósitos que tengo en esta vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas y sabiduría durante todo el proceso de educación, para no rendirme, seguir educándome a diario y poder superarme.

A mi madre por estar siempre presente para mí en todo momento, le doy las gracias por todos sus consejos, apoyo incondicional y no dejarme rendir en este largo proceso.

Le doy las gracias también a la universidad por haberme abierto sus puertas y permitir educarme, a cada uno de los docentes que conocía en cada semestre; gracias por impartir sus conocimientos y estar siempre atentos.

Y también le agradezco a mi tutor Econ. Carlos Ortiz por tener la paciencia y dedicación para poder guiarme durante todo el proceso de investigación.

## INDICE

<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....</b>	<b>II</b>
<b>CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD .....</b>	<b>III</b>
<b>CERTIFICADO DE TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....</b>	<b>IV</b>
<b>CERTIFICADO DE TUTOR REVISOR.....</b>	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>VI</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VII</b>
<b>INDICE DE TABLAS .....</b>	<b>XII</b>
<b>INDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>XIII</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>XV</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XVI</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	2
1.2 Formulación y sistematización del problema .....	3
1.2.1 Formulación del problema .....	3
1.2.2 Sistematización del problema.....	3
1.3 Objetivos de la investigación .....	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos .....	4
1.4 Justificación .....	4
1.5 Delimitación .....	5
1.5.1 Delimitación Espacial .....	5
1.5.2 Delimitación Temporal .....	5
1.5.3 Delimitación del Universo .....	6
1.6 Hipótesis .....	6
1.6.1 Detección de las variables .....	6
1.6.2 Definición conceptual de las variables .....	6
1.6.3 Definición real de las variables .....	7
1.6.4 Definición operacional de las variables.....	8
Tabla 1 .....	8
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>9</b>
<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>9</b>
2.1 Antecedentes de la Investigación .....	9
2.2 Marco Teórico.....	11

2.2.1 Turismo .....	11
2.2.2 Tipos de Turismo .....	12
Tabla 2 .....	13
2.2.3 Plan de Promoción .....	14
2.2.4 Diagnóstico .....	15
2.2.5 Hostería.....	15
2.2.6 Plan Promocional .....	15
2.2.7 Promoción.....	15
2.2.8 Promoción Turística.....	16
2.3. Marco Contextual.....	17
Tabla 3 .....	18
2.4. Marco Conceptual.....	20
2.5. Marco Legal.....	23
2.5.1. Constitución de la República del Ecuador.....	23
2.5.2 Ley de Turismo .....	24
2.5.3 Cantón Bucay, Ordenanza para la Determinación, Recaudación y Control de la Tasa por otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento de Establecimientos Turísticos en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay).....	25
<b>CAPITULO III</b> .....	27
<b>MARCO METODOLOGICO Y ANALISIS DE RESULTADOS</b> .....	27
3.1 Diseño de la investigación .....	27
3.2 Tipo de Investigación.....	27
3.2.1 Investigación Bibliográfica .....	27
3.2.2 Investigación de Campo .....	27
3.2.3 Investigación Analítica.....	27
3.3 Metodología de Investigación .....	28
3.3.1 Inductivo-Deductivo .....	28
3.3.2 Analítico y Sintético.....	28
3.3.3 Método Empírico .....	28
3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación .....	29
3.4.1 Entrevista .....	29
3.4.2 Encuesta .....	29
3.4.3 Observación de Campo .....	29
3.5 Población y Muestra .....	29
3.5.1 Población .....	29
3.5.2 Muestra .....	29

Tabla 4 .....	30
<b>Fórmula:</b> .....	31
<b>FICHA DE OBSERVACION</b> .....	32
<b>ENTREVISTA</b> .....	35
<b>ENTREVISTA</b> .....	36
<b>ENCUESTA</b> .....	37
<b>INFORMACION ESPECÍFICA</b> .....	37
Análisis de los resultados de los Instrumentos Aplicados .....	39
<b>PROCESAMIENTO DE DATOS</b> .....	41
<b>INFORMACION GENERAL</b> .....	41
Tabla 5 .....	41
Tabla 6 .....	42
Tabla 7 .....	43
<b>INFORMACION ESPECÍFICA</b> .....	44
Tabla 8 .....	44
Tabla 9 .....	46
Tabla 10 .....	47
Tabla 11 .....	48
Tabla 12 .....	49
Tabla 13 .....	50
Tabla 14 .....	51
<b>INTERPRETACION GENERAL DE LOS RESULTADOS</b> .....	52
3.6.1 Comprobación de hipótesis .....	53
<b>CAPITULO IV</b> .....	54
<b>LA PROPUESTA</b> .....	54
<b>TEMA: Diseño y aplicación de un plan de promoción para la Hostería Olympus del Cantón Bucay</b> .....	54
4.1 Diseño de propuesta.....	54
4.2 Objetivos de la propuesta.....	56
4.2.1 Objetivo General.....	56
4.2.2 Objetivos Específicos.....	56
4.3 Planeación estratégica de la propuesta .....	57
Tabla 15 .....	57
Tabla 16 .....	58
4.4 Presupuestos global para la propuesta.....	60
Tabla 17 .....	60

4.4.1 Desglose presupuestario.....	61
Tabla 18 .....	61
Tabla 19 .....	61
Tabla 20 .....	62
Tabla 21 .....	62
4.5 Modelo de socialización de la propuesta.....	63
Tabla 22 .....	63
4.5.1 Logo y eslogan de la propuesta .....	63
<b>CONCLUSIONES</b> .....	64
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	65
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....	66
<b>ANEXOS</b> .....	70

**INDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1.....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla 2.....</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 3.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 4.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 5.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 6.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 7.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 8.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 9.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 10.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 11.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 12.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 13.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 14.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 15.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 16.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 17.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 18.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 19.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 20.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 21.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 22.....</b>	<b>63</b>

**INDICE DE FIGURAS**

<b>Gráfico 1</b> .....	5
<b>Gráfico 2</b> .....	41
<b>Gráfico 3</b> .....	42
<b>Gráfico 4</b> .....	43
<b>Gráfico 5</b> .....	44
<b>Gráfico 6</b> .....	46
<b>Gráfico 7</b> .....	47
<b>Gráfico 8</b> .....	48
<b>Gráfico 9</b> .....	49
<b>Gráfico 10</b> .....	50
<b>Gráfico 11</b> .....	51
<b>Gráfico 12</b> .....	55
<b>Gráfico 13</b> .....	55
<b>Gráfico 14</b> .....	56
<b>Gráfico 15</b> .....	60
<b>Gráfico 16</b> .....	63

**INDICE DE ANEXOS**

<b>Anexo A: Medio por el cual se realizó la encuesta.....</b>	<b>70</b>
<b>Anexo B: Reconocimientos y certificados otorgados por el GAD Municipal del Cantón Bucay.....</b>	<b>71</b>

## RESUMEN

### **TEMA: DIAGNOSTICO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCION EN LA HOSTERIA OLYMPUS DEL CANTON BUCAY**

La presente investigación tiene por objetivo analizar los servicios turísticos del cantón Bucay para implementar el diseño de un plan de promoción en la Hostería Olympus, mejorando la afluencia de visitantes dentro del mismo, ofreciendo un servicio de calidad y nuevas ofertas para todos los turistas y que el establecimiento sea reconocido a nivel nacional.

Una de las metodologías aplicadas en la investigación es el método cuantitativo-cualitativo, donde se realizó la observación, entrevistas y encuestas para poder conocer desde el punto de vista de los visitantes las opiniones que tienen acerca de los servicios turísticos del cantón y que tan eficiente sería la propuesta planteada dentro del mismo.

Mediante la investigación realizada se obtiene como resultado la deficiencia de turistas debido a la baja promoción que demanda la hostería y no cuenta con la debida promoción para ofertar sus servicios y se pueda desarrollar económicamente, siendo la más reconocida dentro del cantón por ofrecer un servicio único y satisfactorio.

**Palabras clave:** Servicios Turísticos, Hostería, Plan de Promoción, Turismo.

## ABSTRACT

The present research aims to analyze the tourist services of the Bucay canton in order to implement the design of a promotion plan in the Olympus Inn, increasing the quantity of visitors, offering a quality service and creating new offers for all the tourists, so that the establishment becomes recognized nationally.

One of the methodologies applied in the research is the quantitative-qualitative method, where observation, interviews and surveys were carried out to be able to know from the point of view of the visitors the opinions they have about the touristic services of the canton and to identify how efficient would be the proposal raised within it.

Throughout the research done, it is obtained the information that the decrease in amount of tourists is due to the low demand of hotel services and that the it does not have the proper promotion to offer its services so that it can develop economically, being the most recognized within the canton for offering a unique and satisfying service.

**Keywords:** Tourist Services, Inn, Promotion Plan, Tourism, Hotels.

## INTRODUCCION

Esta investigación está enfocada en el diseño de un plan de promoción a la hostería Olympus, ubicada en el cantón Bucay; un destino turístico muy frecuentado por ofrecer una diversidad de servicios como: naturaleza, aventura, gastronomía y cultura.

Por ello se toma en cuenta que para hacer posible este proyecto se llevará a cabo una completa investigación de las condiciones en las que se encuentra la hostería, analizar la calidad de los servicios que ofrece y la afluencia de visitantes con que cuenta el establecimiento; para mejorar el desarrollo de las estrategias a implementar y se pueda convertir en un potencial turístico para los visitantes, como también sea muy reconocido a nivel nacional.

A continuación se detalla el contenido de la investigación:

En el capítulo I se ve reflejado la problemática existente en la hostería Olympus.

Capitulo II comprende de un marco teórico, citado por autores que ayudan a la ampliación y comprensión del tema, seguido por un marco contextual, marco conceptual y marco legal.

Capitulo III dónde se aplican los métodos, técnicas e instrumentos utilizados para obtener información acerca de la calidad y afluencia de los servicios turísticos que ofrece el cantón. Así como también se deriva el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos.

Y por último el capítulo IV en el cual se detalla la propuesta aplicada a la investigación para mejorar la afluencia de los visitantes en la hostería Olympus.

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1 Planteamiento del problema

El turismo dentro del Ecuador es una gran potencia generadora de empleo, pero hoy en día esto se ha vuelto un problema por lo que actualmente el país está atravesando. Sin dudar en todas partes del Ecuador prácticamente existe el turismo de lo cual es el caso de Bucay, más conocido como General Antonio Elizalde.

Unos de los cantones de la provincia del Guayas, Bucay, ubicada en un ramal de la Cordillera Occidental, al pie del Río Chimbo. Tiene una ubicación privilegiada, y el punto de encuentro de cinco provincias (Guayas, Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar), donde también se asienta el turismo, siendo un atractivo natural por lo cual sinnúmeros de turistas visita el atractivo, gracias a los encantos de la naturaleza que posee, tener un momento de relax, realizar diversas actividades y recorrer los demás sitios creados por el hombre.

Es la situación actual de la hostería Olympus, ícono del turismo dentro del cantón, que hoy en día se ve afectado por la escasa promoción turística que obtiene actualmente debido a la reducción de turismo y la afluencia de visitantes sean estos nacionales e internacionales.

Así como también las personas aledañas al sector no tienen el fácil acceso al atractivo debido al desconocimiento que tiene del sitio y con los pocos recursos de publicidad que cuenta el lugar es muy difícil asimilar la existencia del mismo.

Otro de los factores que disminuye el turismo dentro de la hostería es la falta de capacitación que tiene el personal encargado, esto ha traído muchas consecuencias con respecto a las personas que visitan el lugar; no se sienten en total confianza y no son atendidos de tal manera que los haga sentir atraídos y sentirse como en casa.

Con respecto a los problemas que presenta dicho atractivo cabe destacar que es muy importante la señalización de peligro y señaléticas turísticas, que hacen resaltar el atractivo y por ende resguardan la seguridad de los visitantes.

Este proyecto se define como viable debido a los recursos e infraestructura del atractivo, así como también recibe el apoyo de todo el personal encargado de realzar el atractivo con una atención de primera y a la altura de todo aquel visitante.

Desde los puntos de vista antes mencionado se determina necesario el estudio dentro de la Hostería; siendo un atractivo principal dentro del Cantón promovido por el turismo y al mismo tiempo como fuente de trabajo e ingresos principales, el mismo que al incrementar el flujo turistas sean nacionales como internacionales traería consigo el desarrollo social y económico para las dos entidades involucradas (Hostería y Cantón Bucay).

## **1.2 Formulación y sistematización del problema**

### **1.2.1 Formulación del problema**

¿De qué manera influye la realización de un plan de promoción turística a la Hostería Olympus?

### **1.2.2 Sistematización del problema**

¿La escasa promoción dentro de la hostería afecta también el desarrollo turístico del cantón?

¿Las técnicas que se emplean durante el diagnóstico de los atractivos responden a las necesidades para crear un plan de promoción?

¿Existe alguna propuesta para incrementar la promoción e influir en el desarrollo turístico de la hostería?

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Diseñar un Plan de Promoción y Difusión Turística como aporte al beneficio del establecimiento a través del estudio de los recursos y servicios local para incrementar la afluencia de turistas dentro de la Hostería Olympus – Bucay.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Analizar la situación actual del turismo dentro de la Hostería.
- Examinar la calidad en relación a las actividades y servicios que brinda el atractivo para los turistas.
- Dar a conocer las estrategias que se van a implementar para el desarrollo del plan de promoción turística.

### **1.4 Justificación**

Este proyecto tiene como finalidad mejorar la afluencia de visitantes en la hostería Olympus que se encuentra ubicada en el cantón Bucay, debido a la baja demanda turística que presenta el establecimiento se quiere mejorar el aspecto mediante el diseño de un plan de promoción para dar a conocer sus ofertas y servicios que brindan a todos los turistas.

Aprovechando la cabecera cantonal en el que se encuentra el destino, como es el cantón Bucay, un centro turístico que cuenta con ciertos atractivos naturales y culturales que nos permite conocer más sobre sus costumbres y gastronomía que oferta, se pretende elaborar un plan estratégico para el desarrollo de la promoción mediante ideas innovadoras, como la colocación de vallas publicitarias, así como también realizando cuñas publicitarias en los diferentes medios de comunicación local, ofertando todos los servicios y actividades que ofrece la Hostería.

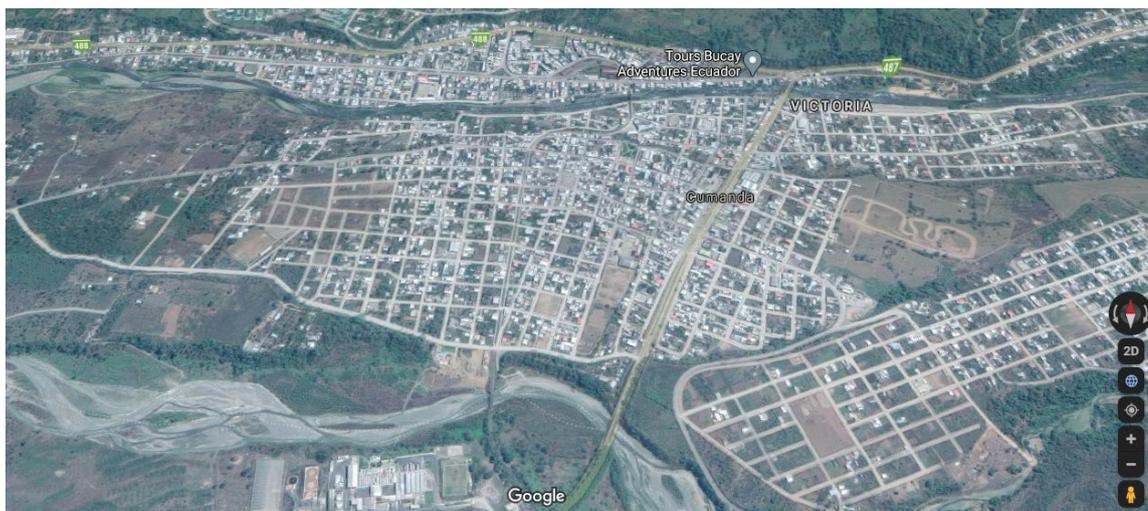
Mediante la promoción por redes sociales se procura llegar a todas las familias del sector e invitarlos a conocer el lugar y disfrutar de una estadía placentera ya sea entre amigos o grupos familiares. Incentivando a la reactivación del turismo para el beneficio local y parte de la empresa misma, con la finalidad de ser reconocida y posicionada en un rango turístico generando ingresos y fuentes de trabajo dentro del sector.

## 1.5 Delimitación

El desarrollo y orientación de la presente investigación se detallará a continuación de la siguiente manera:

### 1.5.1 Delimitación Espacial

El proyecto se llevará a cabo en Ecuador, región costa, provincia del Guayas, cantón General Antonio Elizalde (Bucay).



**Gráfico 1**  
**Geolocalización del Cantón Bucay**  
**Fuente: Tomado de Google Maps 2020. Sitio web (Google, 2020)**  
**Elaborado por: Shirley Cepeda**

### 1.5.2 Delimitación Temporal

Esta investigación se desarrollará en el lapso de un año, iniciando en Noviembre del 2020 hasta Octubre 2021.

### **1.5.3 Delimitación del Universo**

Cabe recalcar que el universo abarcado por esta investigación es el sector turístico del Cantón Bucay, así como también los turistas nacionales y extranjeros. En cuanto al tamaño de la muestra se fijará la aplicación de una fórmula estadística, también se tendrá en cuenta ciertos datos estadísticos que influirá para el conocimiento del número actual de habitantes dentro del cantón como también todo aquel turista que ha visitado el lugar.

## **1.6 Hipótesis**

Mediante el diseño de un plan de promoción y difusión turística a la hostería Olympus se logrará desarrollar el turismo dentro de la localidad.

### **1.6.1 Detección de las variables**

#### **Variable Dependiente**

Hostería

#### **Variable Independiente**

Plan de Promoción

### **1.6.2 Definición conceptual de las variables**

#### **Hostería**

Una hostería, en definitiva, es un edificio donde una persona puede hospedarse pagando la tarifa correspondiente. Al alojarse en la hostería, el huésped puede dormir en una cama y hacer uso de un baño, entre otras prestaciones básicas. Dependiendo de cada lugar, también podrá desayunar, almorzar y/o cenar; utilizar una conexión WiFi; disfrutar de un spa; etc. Lo habitual es que, mientras más servicios brinden la hostería, más alto sea el monto a abonar por el viajero. (Merino, Definición.De, 2020)

#### **Plan de Promoción**

La finalidad que presenta un plan de promoción es ofertar a un consumidor un incentivo con el fin de que realice la compra de un producto o servicio, de esta manera se

genera también el incremento del volumen de ventas. Hace referencia a la orientación necesaria con el fin de alcanzar un objetivo específico. (Chele, 2017)

La promoción es una actividad que está orientada a informar, persuadir e influir en el posible cliente, la cual contiene diferentes actividades tales como la publicidad, la promoción en las ventas, las ventas personales y otros mecanismos, entre los que se incorporan, también, las relaciones públicas, cuando en un proceso de marketing estas están integradas. (Chávez, 2020)

### **1.6.3 Definición real de las variables**

**Hostería:** establecimiento al cual vamos a reactivar la afluencia de visitantes mediante un diseño de plan de promoción turística.

**Plan de Promoción:** se llevará a cabo mediante cuñas publicitarias en cantones aledaños, se realizará una publicidad mediante vallas publicitarias; así como también la difusión de las ofertas y servicios que ofrece la hostería.

### 1.6.4 Definición operacional de las variables

**Tabla 1**  
*Operacionalización de las variables*

CONCEPTUALIZACION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INTRUMENTOS
Variable Independiente: <b>Plan de Promoción</b>	<b>Nivel de promoción turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alto</li> <li>✓ Medio</li> <li>✓ Bajo</li> </ul>	¿Cómo considera el nivel de promoción de la Hostería?	Observación Encuestas
	<b>Promoción turística no pertinente a la Hostería</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Logo</li> <li>✓ Eslogan</li> </ul>	¿Considera usted un nuevo cambio a la imagen del atractivo?	
	<b>Tiempo publicitario en medios de comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Semanal</li> <li>✓ Quincenal</li> <li>✓ Mensual</li> </ul>	¿Con qué frecuencia cree usted conveniente la promoción de la Hostería?	
Variable Dependiente: <b>Hostería</b>	<b>Servicio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atención 24H</li> <li>✓ Amabilidad</li> <li>✓ Responsabilidad</li> </ul>	¿Cómo lo recibieron al llegar al atractivo?	Observación Encuestas
	<b>Publicidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Redes Sociales</li> <li>✓ Radio</li> <li>✓ Vallas Publicitarias</li> </ul>	¿Por qué medio se enteró de la existencia de la Hostería?	
	<b>Recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hospedaje</li> <li>✓ Piscinas</li> <li>✓ Naturaleza</li> </ul>	¿Qué es lo que más le llama la atención del atractivo?	

**Elaborado por:** Shirley cepeda (2021)

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

Piedra (2017), realizó una investigación sobre el diagnóstico turístico en el balneario Pisagua para el diseño de un Plan de Promoción Turística para el cantón Montalvo en la provincia de Los Ríos. El objetivo general fue el análisis de la situación de turismo del Balneario con el fin de realizar un plan de promoción para el fortalecimiento del turismo. La metodología se realizó bajo un enfoque cuantitativo y cualitativo, con una investigación de campo, técnicas de observación, entrevista y encuesta. Dentro de los resultados se encuentra lo siguiente: el servicio en este balneario fue excelente, con precios económicos, recibieron la información de parte de familiares, lo frecuentan durante vacaciones, por medio de un auto propio y se trata de un viaje familiar, utilizan principalmente la tienda de recuerdos.

Coronel (2015), realizó una investigación para establecer un plan de promoción del ecoturismo de aventura en el cantón Bucay de Guayas. El Cantón General Antonio Elizalde comúnmente conocido como Bucay está ubicado en la provincia del Guayas y es uno de los lugares con gran diversidad de atractivos naturales para desarrollar actividades relacionadas con el ecoturismo y el turismo de aventura. La investigación se centró en la falta de promoción turística del cantón, debido a que no se conoce ni el lugar ni las actividades que allí se pueden realizar y responsable de orientar a los turistas empíricamente. Por lo tanto, la propuesta de desarrollar un "Plan para la promoción del Turismo de Aventura y Ecoturismo para el cantón Bucay ", fortaleció el sector turístico. En la conclusión determinaron que con buena promoción el cantón General Antonio Elizalde puede convertirse en un destino turístico en la provincia del Guayas, generando ingresos al distrito para mejorar las condiciones de la población.

Chávez (2020), diseñaron un plan de promoción turística audio visual de los lugares de interés para el cantón Sigchos, en Cotopaxi. Se realizó inicialmente una encuesta, la población si ha escuchado de la existencia del Cantón, identifican principalmente los siguientes atractivos turísticos: Ruinas de Malqui Machay, Churo de Amanta y las Columnas de Tangan, están totalmente de acuerdo con la promoción de más lugares turísticos del cantón y que se realicen tours durante los fines de semana. Posteriormente se plantearon la misión, visión y objetivos. Por medio del video promocional que realizó el investigador se promovió una mayor demanda del turismo dentro de este cantón para la mejora de los beneficios de cada uno de sus habitantes. La utilización de material digital fueron herramientas claves para la elaboración del plan de promoción turística audio visual, por la cual se emitió información de la mejor manera a los turistas nacionales e internacionales.

Chele (2017), diseñó un plan de promoción turística para fortalecer los paseos acuáticos en el malecón del estero salado de la Guayaquil. Se trabajó bajo la metodología bajo dos enfoques: cualitativos y cuantitativos, que se relacionaron con los aspectos teóricos y los métodos empíricos permitieron recolectar información indispensable dentro del área de estudio, siendo esta investigación una fuente de información importante corroborada por la observación, encuesta y entrevista. La población de estudio realiza actividades de turismo durante los días de feriado, visitan primordialmente el malecón Simón Bolívar, realizan estas actividades junto a su familia, estarían dispuestos a visitar el malecón del Salado, para realizar la actividad de paseo en bote. Dentro de las conclusiones se determinó la situación actual para el turismo de tipo fluvial para el malecón salado la cual no ha sido promocionada de forma adecuada, sin embargo, el lugar cuenta con distintos atractivos naturales, sin embargo estas son poco conocidas. Las actividades principales con las que cuenta este sitio son: paseo en bote, vista de aves, deportes extremos como el kayak.

## **2.2 Marco Teórico**

Es la parte fundamental de toda investigación. En ella se identifica las fuentes primarias y secundarias sobre las cuales se sustenta la investigación y el diseño del estudio.

Está constituido de la presentación de postulados de distintos teóricos, que permite al investigador tener una visión completa de los planteamientos teóricos sobre los cuales se fundamentará el problema y la metodología de estudio en las fases de observación, experimentación y conclusión.(Continental, 2017)

### **2.2.1 Turismo**

El turismo proviene de dos voces latinas que tiene relación directa con viajes circulares. Es considerada una de las actividades tanto económicas como culturales con mayor relevancia dentro de un país, por lo que incrementa el interés de cada una de las personas con el fin de conocer diferentes lugares que no tienen relación con el lugar en el que residen (Coronel, 2015).

Hace referencia al conjunto de relaciones y fenómenos producidas como una consecuencia del desplazamiento y estancia temporal que presenta una persona en las afueras de su lugar de residencia, siempre y cuando no exista una razón lucrativa(Piedra, 2017).

El turismo se convierte en una importante fuente generadora de riqueza para todo un país o región, así como para las industrias directamente relacionadas con él, es importante agregar que el turismo genera conocimiento, por medio de esa práctica se dan a conocer modos de vida, creencias, lenguas, culturas, el cual permite intercambio de información, lo que ha experimentado y aprendido a lo largo de sus múltiples viajes y vivencias para la sociedad(Chele, 2017).

El turismo representa una actividad económica con alto significado alrededor de todo el mundo, por lo cual aporta alrededor de un 10% del Producto Interno Bruto. Estadísticamente, a nivel de la economía el turismo representa alta incidencia (Duarte , Pereira , & Pont , 2017).

El turismo es un desplazamiento de forma temporal de personas, por períodos de tiempo que son menores a un año a lugares que no son propiamente de los que residen o trabajan. Hace referencia

a las distintas actividades que son realizadas durante la estancia y las facilidades generadas con el fin de satisfacer las necesidades de los distintos turistas (Sancho , y otros, 2019).

Es considerado un fenómeno tanto social, cultural como económico que tiene relación con el movimiento de las distintas personas a un lugar apartado del que reside, ya sea por algún motivo personal, o un negocio. Dichas personas son denominadas como visitantes y el turismo tiene relación directa con las actividades que realizan los visitantes (Carrillo, 2012).

El turismo es presentado como un fenómeno con alta complejidad y presenta múltiples disciplinas que comprende factores de la economía, la sociedad, la política, el arte, medioambiente, entre otros que presenta una relación para el sector de las empresas, el Estado y la población de cada uno de los destinos turísticos. Adicionalmente, el turismo implica conflicto, lucha de poder, competencia. Los sujetos rivalizan por la búsqueda de dinero, de poder, de reconocimiento, de títulos académicos, de contactos, etc.(Ledhesma, 2018)

### **2.2.2 Tipos de Turismo**

El turismo puede presentar múltiples clasificaciones, a continuación se presenta la clasificación según lo mencionado por Coronel (2015):

**Tabla 2**  
***Tipos de Turismo***

<b>Tipo de Turismo</b>	<b>Descripción</b>
Cultural	Las personas que realizan este tipo de turismo lo hacen principalmente por conocer la distinta cultura, tradición y formas de vida de distintos lugares.
Deportivo	Hace referencia a los viajes realizados por las distintas personas con el fin de participar en eventos internacionales relacionados con el deporte o para aprender de algún deporte específico, tales como: rafting, pesca, ciclismo, entre otros.

**Elaborado por: Shirley Cepeda (2021)**

La siguiente clasificación es en base al objetivo que presenta el turismo según lo mencionado por Ledhesma(2018):

- Corporal

La experiencia para realizar las actividades de turismo se encuentra enfocada al cuerpo del turista. Este se divide en turismo de la salud (tratamientos o cuidados), gestación (maternidad), activo (ejercicio del cuerpo).

- Intelectual

La acción de este turismo hace referencia a los distintos procesos de educación del turista. Se clasifica en religioso gastronómico, virtual y educativo (artístico, congresos, ferias, idiomas o ciencia).

- Material

Se trata de una experiencia turística para hacer adquisición de objetos. Se clasifica en turismo de transferencia de mercancías (compras, ventas o canjes), de negocios, o empresarial.

- Ambiental

Se clasifica en turismo de la naturaleza y social.

### **2.2.3 Plan de Promoción**

La finalidad que presenta un plan de promoción es ofertar a un consumidor un incentivo con el fin de que realice la compra de un producto o servicio, de esta manera se genera también el incremento del volumen de ventas. Hace referencia a la orientación necesaria con el fin de alcanzar un objetivo específico.(Chele, 2017)

La promoción es una actividad que está orientada a informar, persuadir e influir en el posible cliente, la cual contiene diferentes actividades tales como la publicidad, la promoción en las ventas, las ventas personales y otros mecanismos, entre los que se incorporan, también, las relaciones públicas, cuando en un proceso de marketing estas están integradas.(Chávez, 2020)

Las funciones de un plan de promoción son:

- Establecimiento de una base firme con el fin de planificar cualquier otro tipo de actividad.
- Asignación de distintas responsabilidades, programación y coordinación del trabajo en las distintas áreas.
- Facilitar tanto el control como la evaluación de los distintos resultados y actividades en base a un objetivo.
- Mantener la rentabilidad y la evaluación de estrategias.

#### **2.2.4 Diagnóstico**

Como diagnóstico se denomina la acción y efecto de diagnosticar. Como tal, es el proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias, solucionar un problema o remediar un mal.

El diagnóstico, pues, nos ayuda a determinar, mediante el análisis de datos e informaciones, qué es lo que está pasando y cómo podríamos arreglar, mejorar o corregir una situación.(Significados, Significados, 2019)

#### **2.2.5 Hostería**

Una hostería, en definitiva, es un edificio donde una persona puede hospedarse pagando la tarifa correspondiente. Al alojarse en la hostería, el huésped puede dormir en una cama y hacer uso de un baño, entre otras prestaciones básicas. Dependiendo de cada lugar, también podrá desayunar, almorzar y/o cenar; utilizar una conexión WiFi; disfrutar de un spa; etc. Lo habitual es que, mientras más servicios brinden la hostería, más alto sea el monto a abonar por el viajero.(Merino, Definición.De, 2020)

#### **2.2.6 Plan Promocional**

Es un conjunto de técnicas integradas en el plan anual de mercadeo para alcanzar objetivos específicos a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y el espacio, orientadas a públicos determinados para incrementar las ventas, aunque los caminos para ellos sean de muy variada índole. Las acciones van desde luego dirigidas a aumentar las ventas, pero no necesariamente de una manera directa.(Gloria Lourdes Ayala Medrano, 2006)

#### **2.2.7 Promoción**

Promoción es la acción de promocionar una persona, cosa, servicio, etc. Tiene como objetivo promover y divulgar productos, servicios, bienes o ideas, para dar a conocer y persuadir al público de realizar un acto de consumo.(Significados, Google, 2018)

Según Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados"(Thompson, 2009)

Mediante la promoción se requiere lograr la afluencia de visitantes nacionales como internacionales, así mismo como reactivación del turismo a nivel local. Influenciado por este medio capaz de ofertar el destino escogido y lograr el posicionamiento dentro de un mercado seleccionado.

### **2.2.8 Promoción Turística**

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. 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.

En concreto, hay que establecer que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.(Merino, Definición.De, 2014)

Es así como mediante el incentivo del atractivo se plantea tener una acorde y beneficiosa promoción turística, para reactivación de visitas del mismo y como objeto de

reconocimiento como tal; destacando en sí los atractivos naturales que ofrece y el buen desempeño que tiene al momento de recibir a un turista.

### **2.3. Marco Contextual**

El cantón Bucay conocido también como General Antonio Elizalde se encuentra en la provincia del Guayas. Presenta una extensión de 210 kilómetros cuadrados. Se encuentra en medio de las siguientes provincias: Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar. Presenta un clima que varía desde un cálido trópico hasta un templado subtropical, ideal para un sin número de cultivos y su temperatura oscila entre 18 y 24 grados centígrados, sin embargo, esta varía por efectos del fenómeno del niño. El suelo que presenta es arcilloso y los productos cultivados son: frutas cítricas, yuca, banano, cacao, caña de azúcar, entre otros (Escalante , Solano , & Faytong , 2017).

A continuación se detalla los atractivos turísticos del cantón General Antonio Elizalde:

**Tabla 3**  
***Atractivos del Cantón Bucay***

ATRACTIVO	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Balneario de agua clara	Ambiente lacustre	Poza	Dos
Bosque húmedo La Esperanza	Bosque	Húmedo subtropical	Dos
Río Chimbo	Río	Raudal	Tres
Cascada Piedra Blanca	Río	Cascada	Tres
Río San Antonio	Río	Raudal	Dos
Río Limón	Río	Raudal	Uno
Río blanco	Río	Raudal	Dos
Balneario de Chagüi	Río	Riachuelo	Uno

**Fuente:** (Rosero & Vences , 2019)  
**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

De acuerdo (Escalante Rodríguez, Solano de la Sala López, &Faytong Durango, 2003), en su trabajo de investigación titulado “Bucay, un recurso turístico para actividades de eco-aventura” planteó como objetivo general hacer a Bucay un referente de turismo haciendo énfasis en las actividades de eco-aventura que se pueden realizar en la zona. En este trabajo se llegó a la conclusión de que este lugar es considerado una potencia turística debido a su ubicación geográfica rodeada de montañas y un río, y el acceso de turistas tanto de costa como sierra debido a su ubicación regional. Se concluyó que todavía no existían programas

de incentivación turística apoyados por el Municipio y que los pobladores no se encontraban muy involucrados en actividades turísticas debido al desconocimiento o por el desinterés en esta actividad. (Valarezo, Google Académico, 2017)

Gracias al siguiente aporte de investigación, se tiene en cuenta que el sitio es pertinente para la creación turística en todo sentido; se quiere abarcar todo campo y oferta turística dispuesta a realizar un gran cambio a toda la localidad y nivel turístico existente dentro del contexto mencionado como el Cantón Bucay.

A partir de eso se requiere la importancia de implementación de centros turísticos para la visita y desarrollo del mismo, creando un gran impacto factible como también el beneficio para toda la comunidad, mejora de calidad de vida, mayor ingreso económico y desarrollo turístico principal dentro del cantón; potencializando sus lugares atractivos naturales y el sinnúmero de actividades turísticas que se pueden desarrollar dentro del atractivo.

De acuerdo a (Herbas Peña, 2016), en su trabajo de investigación titulado “Plan de promoción turística de la hacienda “El Cadeal” y su influencia en el impulso de crecimiento socioeconómico del cantón Bucay”, planteo como objetivo general el de proponer un plan de promoción turística para mejorar la afluencia de los turistas a la hacienda y concluyó que para que esto suceda es necesario la creación de una marca para que la hacienda turística sea conocida y proyectada en la mente de los turistas, la aparición de la hacienda en ferias de turismo ayudó a que se diera a conocer y promocionar sus servicios. (Valarezo, Google Académico, 2017)

Se toma como referencia dicho párrafo como medio de incentivo para darse a conocer nuestra marca o destino que queremos promocionar y que éste sea reconocido en su totalidad, supere los objetivos de darse a conocer a nivel local, como también a nivel nacional.

Impulsando las visitas de extranjero y turistas nacionales a conocer y pasar un tiempo con sus seres queridos desconectándose de todo problema y en contacto con la naturaleza.

Se requiere de un lugar estratégico para promocionar nuestro atractivo y sea aceptado hasta por lugares aledaños al cantón, un proyecto que tiene mucho que ver para beneficio sustentable de la hostería como también para el Cantón Bucay. Dejando el nombre y marca en todo lo alto y siendo representante de un turismo vivencial natural con fines de preservar los recursos naturales y dejar una gran huella positiva para el turismo dentro de una localidad que tiene mucho para darse a conocer y como no ser promocionada por todo aquel que es amante del turismo y sepa apreciar lo esencial dentro de su localidad.

## **2.4. Marco Conceptual**

### **Diagnóstico**

La definición de diagnóstico de Andrade de Souza: “Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones”.

La realización de un diagnóstico adecuado exige por parte de quien lo va a realizar determinadas habilidades o competencias, entre las que podemos citar conocimientos teóricos en la materia, razonamiento lógico, concentración, experiencia y una gran capacidad para observar con objetividad, y para relacionar diferentes datos. (Raffino, 2020)

### **Plan promocional**

Es un plan para el uso óptimo de los elementos que la forman: venta personal, publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas, también muchas veces le suman la publicidad no pagada.(Aguirre, 2013)

### **Atractivos Turísticos**

Hace referencia a la materia prima del turismo sin la cual cierto país o región no tiene la capacidad de emprender un desarrollo(Chele, 2017).

### **Actividad Turística**

Es toda actividad que realizan los turistas o visitantes con el propósito de pasar un momento agradable disfrutando de la naturaleza mientras se realizan los diferentes tipos de deportes en la zona(Loor , Alonso , & Pérez , 2018).

### **Diagnóstico Turístico**

Consiste en un análisis sobre la evolución que cierto fenómeno específico ha experimentado. Es la recopilación de la información para obtener ciertas características de un lugar, con el fin de determinar una situación conflictiva a la cual se desarrollan estrategias de mejora (Coronel, 2015).

### **Administración pública**

Autoridades que presentan cierto grado de control sobre las distintas acciones que promueven la actividad turística (Chele, 2017).

### **Turismo**

Hace referencia es el conjunto de relaciones y fenómenos producidas como una consecuencia del desplazamiento y estancia temporal que presenta una persona en las afueras de su lugar de residencia, siempre y cuando no exista una razón lucrativa(Piedra, 2017).

### **Demanda turística**

Se encuentra constituida por los distintos turistas, incluyendo las necesidades tanto físicas como espirituales. Por otro lado, la demanda de necesidades físicas se refiere a la satisfacción fisiológica como el comer, dormir; y las espirituales a la contemplación, el aprendizaje, la autorrealización, etc.(Ledhesma, 2018)

### **Destino Turístico**

Es el espacio de la geografía en el cual se encuentran los atractivos naturales o de naturaleza de tipo humana que conforma una atracción para los distintos turistas (Duarte , Pereira , & Pont , 2017).

### **Turista**

Persona que realiza distintas excursiones, realizadas con el fin de recreación, en aquella que realiza un viaje por placer, cultura y visita varios sectores por los distintos objetos, paisajes, comida, entre otros (Ledhesma, 2018).

### **Servicios**

Se relacionan con la utilidad que, para la sociedad humana, poseen algunas de las funciones que realizan los ecosistemas. En un sentido amplio, los servicios constituyen los flujos de energía, materia e información de los sistemas ecológicos que aprovecha el ser humano (Chele, 2017).

### **Publicidad Turística**

Hace referencia a cada una de las actividades que se encuentran dirigidas al público, es decir, mensajes ya sean visuales u orales destinadas con el fin de generar información e interferir en ellos para que adquieran cierto producto o servicio (Piedra, 2017).

### **Hostería**

Una hostería es un establecimiento turístico donde se brinda alojamiento y alimento a quienes pagan por estos servicios. Dependiendo del contexto, el término es sinónimo de hotel, hostel, albergue o posada. (Merino, Definición.De, 2020)

### **Incentivo**

Hace referencia a ese algo que sirve de mecanismo de impulso para que un individuo o muchos de ellos hagan o deseen algo. El uso del incentivo, varía de acuerdo a la

connotación que éste tenga, pero en forma general, es utilizado para que se haga algo de mejor manera o más rápidamente. (ConceptoDefinición, 2019)

## **2.5. Marco Legal**

### **2.5.1. Constitución de la República del Ecuador**

#### **Artículo 14**

Hace referencia a que la población tiene el derecho a vivir dentro de un ambiente sano y que se encuentre con un equilibrio ecológico, garantizando tanto la sostenibilidad como el buen vivir (SUMAK KAWSAY). Por lo cual se declara como un interés público el cuidado del medio ambiente, los ecosistemas, la biodiversidad y el patrimonio.(Asamblea Nacional , 2008)

#### **Artículo 24**

Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. Sección Sexta, Cultura Física Y Tiempo Libre.(Asamblea Nacional , 2008)

#### **Artículo 31**

Cada una de las personas presentan un derecho a disfrutar de forma plena de cualquier ciudad y de los espacios públicos, en base a los siguientes principios: sustentabilidad, justicia social, respeto por las culturas urbanísticas y un equilibrio tanto urbano como rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.(Asamblea Nacional , 2008)

#### **Artículo 383**

Todas las personas o grupos de personas tienen derecho a disfrutar de su tiempo libre, a la ampliación de sus condiciones físicas, sociales y ambientales con el fin de disfrutar y

promover acciones de esparcimiento, descanso y desarrollo de su personalidad (Asamblea Nacional , 2008).

### **2.5.2 Ley de Turismo**

#### **Artículo 2**

El turismo hace referencia a cada una de las actividades que se encuentran asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

#### **Artículo 3**

Los principios de la actividad turística son:

- La iniciativa privada corresponde uno de los pilares principales del turismo por medio de su contribución de forma directa, la creación de nuevas plazas de trabajo y la promoción.
- Participación tanto del gobierno provincial como cantonal con el fin de generar un impulso y desarrollo del turismo.
- Se debe fomentar la infraestructura nacional y la mejora de servicios públicos con el fin de generar satisfacción de cada uno de los turistas.
- Es primordial la conservación del medio ambiente
- La participación de las distintas comunidades por medio de su cultura y tradición por medio de la preservación de su identidad y su entorno.

#### **Artículo 5**

Las actividades de turismo son:

- Alojamiento
- Servicio de gastronomía
- Transporte ( aéreo, marítimo, fluvial, terrestre)

- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables

#### **Artículo 45**

La ejecución de las distintas actividades de turismo puede ser realizada por cualquier persona ya sea natural o jurídica, comercial o comunitaria, que en base a los requisitos que se encuentran establecidos en la ley y todas las normas aplicables se dedique a la prestación remunerada de forma habitual de las distintas actividades de turismo.

#### **2.5.3 Cantón Bucay, Ordenanza para la Determinación, Recaudación y Control de la Tasa por otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento de Establecimientos Turísticos en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay).**

#### **Artículo 5**

Hace referencia a los distintos requisitos para la obtención de la licencia única de tipo anual para el funcionamiento de los distintos establecimientos turísticos, para lo cual se requiere los siguientes documentos de carácter obligatorio:

- Copia del certificado de calificación otorgado por el ministerio del Turismo
- Copia de la patente anual del municipio
- Copia del RUC
- Copia del permiso de funcionamiento
- Permiso de salud
- Copia de la cédula de ciudadanía y la papeleta de votación
- Lista de los precios ofertados
- Certificado de no adeudar al GADM de Bucay
- Otros requisitos a fines de la ley

**Artículo 6**

Es de carácter obligatorio la obtención de la licencia única de tipo anual para su funcionamiento. La cual corresponde a la autorización de forma legal otorgado por el GADM de Bucay para los establecimientos turísticos (GADMB, 2016).

**Artículo 7**

Es responsabilidad del Ministerio del Turismo la generación de la categoría de los establecimientos de turismo, lo cual permite la determinación de los valores de la tasa para la Licencia Única anual de funcionamiento (GADMB, 2016).

## CAPITULO III

### MARCO METODOLOGICO Y ANALISIS DE RESULTADOS

#### 3.1 Diseño de la investigación

Dentro de esta investigación se utilizará un diseño cuantitativo y cualitativo de tipo descriptivo, y se trabajará con métodos de observación aplicables a la falencia en la hostería y aplicando nuevas técnicas para la reactivación de turismo dentro de la localidad en beneficio.

#### 3.2 Tipo de Investigación

##### 3.2.1 Investigación Bibliográfica

Esta investigación está basada en una investigación documental y bibliográfica con el fin de ayudar a futuros investigadores a recolectar información necesaria para la elaboración de nuevos proyectos de investigación, apoyándose en teorías de libros, revistas y publicaciones de internet que permitirá una adecuada orientación para un buen desenvolvimiento en lo que se investigará.

##### 3.2.2 Investigación de Campo

La investigación de campo está destinada para dar a conocer a la Hostería Olympus como fuente de atracción a los lugares aledaños del cantón en la cual está situada, dónde se implementará una encuesta y entrevista para dar pie a la realización de la investigación.

Mediante este tipo de investigación se obtuvieron datos exactos de acuerdo a la situación de la problemática al presentarse a través de investigaciones con la finalidad de promocionar la Hostería.

##### 3.2.3 Investigación Analítica

La investigación analítica tiene como objetivo analizar una situación y comprenderla en término de sus aspectos menos coherentes, esta investigación incluye el análisis y la síntesis; también implica la reinterpretación de lo desarrollado en función de ciertos criterios. Tiene como meta principal promocionar y dar a conocer la Hostería Olympus a personas

aledañas del cantón como también residentes y visitantes de cualquier parte del país y poder posicionarlo dentro un mercado reconocido a nivel nacional.

### **3.3 Metodología de Investigación**

#### **3.3.1 Inductivo-Deductivo**

La deducción va de lo general a lo particular, el método deductivo es aquel que parte de los datos generales aceptados como eficaces, para concluir por medio del razonamiento lógico y diversas hipótesis, es decir; parte de verdades antes establecidas como principios generales y aplica a casos individuales demostrando su importancia.

#### **3.3.2 Analítico y Sintético**

Consiste en dividir todo lo preciso en sus elementos integrales, para investigar la naturaleza y efectos de los mismos. El análisis implica solucionar todo lo existente en las diferentes partes que lo conforman.

Este método se aplicará en el trabajo de investigación por el cual se promocionarán las ofertas de alojamiento que ofrece la Hostería Olympus.

#### **3.3.3 Método Empírico**

Este método permite el estudio de una serie de investigaciones pertinentes a su problemática, recolectando información de otros autores, para de ahí partir con sus nociones que conlleven a efectuar el análisis inicial de la indagación y verificación de las diferentes definiciones.

A través de este método se puede investigar y recolectar información de las ofertas de alojamiento que ofrece la Hostería y sus diferentes problemas que posee para darse a conocer como lugar turístico ya que este lugar no cuenta con la debida promoción turística para que así salga adelante como atractivo turístico dentro del Cantón Bucay.

### **3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación**

#### **3.4.1 Entrevista**

Esta técnica consiste en obtener resultados o información a través del diálogo de dos personas es decir una recopilación de información acerca de lo que se está investigando mediante una conversación profesional.

#### **3.4.2 Encuesta**

La encuesta es una técnica que se utiliza para adquirir datos que puedan ser de interés social , mediante un cuestionario que será elaborado con anticipación, mediante el cual vamos a conocer lo que opinan y además realizaremos una valoración de las personas que pueden ser seleccionadas en una muestra que puede ser selectiva o aleatoria.

Será aplicada para recolectar la información en un tiempo relativamente breve.

#### **3.4.3 Observación de Campo**

Este método consiste en conocer la realidad a través de percibir directamente el objeto que vamos a investigar. Lo cual es uno de los más importantes por lo que busca tener una idea clara del problema y su entorno para así buscar una posible solución.

### **3.5 Población y Muestra**

#### **3.5.1 Población**

Se define como el conjunto de casos que tienen una serie de especificaciones en común y se encuentran en un espacio determinado. En muchos casos, no es posible analizar toda la población por cuestiones de tiempo y recursos humanos. Es por ello que debe trabajarse con una parte “Muestra”. (Alburqueque, 2020)

#### **3.5.2 Muestra**

Parte de los elementos o subconjunto de una población que se selecciona para el estudio de esa característica o condición. (Flores, 2015)

Para obtener la muestra representativa de este estudio se utilizará un cuadro descriptivo, el mismo que se presenta a continuación:

**Tabla 4**  
***Muestra representativa***  
**MATRIZ DE INVOLUCRADOS**

ESTRATOS INVOLUCRADOS	POBLACION N	MUESTRA n	INSTRUMENTO APLICADO
Visitantes (promedio de visitantes los fines de semana)	90	72	Encuesta
Propietarios de la Hostería	2	2	Entrevista
Autoridades del GAD Municipal	4	3	Entrevista
Competencia	4	3	Observación
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>80</b>	

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Fórmula:**

$$n = \frac{PQ \times N}{(N - 1) \times \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

**Significado:****PQ:** Varianza Media: 0.25**E:** Margen de Error: 0.05**K:** Constante de Corrección: 2**Procedimiento:**

$$n = \frac{0.25 \times 100}{(100 - 1) \times \frac{(0.05)^2}{(2)^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{25}{99 \times \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{25}{99 \times 0.000625 + 0.25}$$

$$n = \frac{25}{0.311875}$$

$$\mathbf{n = 80}$$

Los instrumentos de investigación utilizados para el trabajo de campo son: fichas de observación, entrevista y encuesta, lo que nos permitirá obtener la información.

**FICHA DE OBSERVACION****Observador:****Hostería:****Fecha de observación:****Hora de inicio: Hora de fin:****1. ¿Cuánta afluencia de clientes tiene la hostería?**

1. 1-10
2. 15-25
3. 30-50
4. Más de 50


**2. ¿Cómo es la atención al cliente?**

1. Excelente
2. Buena
3. Regular
4. Malo


**3. ¿Cuántos empleados tienen a cargo la hostería?**

1. 1-5
2. 10-20
3. 30-40
4. Más de 40


**4. ¿Qué servicios ofrece la hostería?**

1. Servicio de A&B
2. Alojamiento
3. Recreación
4. Eventos
5. Transportación


**5. ¿Qué tan accesible son los precios de los servicios en la hostería?**

1. Económico

2. Alto

3. Medio

**6. ¿La hostería brinda la seguridad adecuada para sus clientes?**

1. Si

2. No

**7. ¿La hostería cuenta con la debida señalización?**

1. Si

2. No

**8. ¿Por qué medios se da a conocer la hostería?**

1. Redes sociales

2. Vallas Publicitarias

3. Periódicos

4. Página Web

5. Radio

6. Televisión

**9. ¿Los clientes recomiendan el lugar?**

1. Si

2. No

**10. ¿La hostería brinda un estacionamiento adecuado?**

1. Si

2. No

**11. ¿Qué tipo de promociones suele disponer esta hostería?**

1. En el consumo
2. Uso de instalaciones
3. Sorteo
4. Ninguno


## ENTREVISTA

**Direccionamiento:** Instrumento aplicado a los propietarios de la hostería

**Entrevistado:**

**Cargo:**

**Código de la entrevista:**

**Fecha:**

1. ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene la hostería?
2. ¿La hostería cuenta con todos los permisos legales de funcionamiento?
3. ¿Cómo se dieron a conocer estratégicamente para llamar la atención de turistas?
4. ¿Con cuántos empleados cuenta la hostería?
5. ¿La hostería cuenta con personal capacitado?
6. ¿Qué servicios ofrece la hostería?
7. ¿Qué servicio es el más vendido/cotizado?
8. ¿Cómo se desenvolvía la hostería antes de la pandemia?
9. ¿Cómo se ha desenvuelto la hostería con respecto a la pandemia que estamos viviendo?
10. ¿Cómo manejan el tema de publicidad en la hostería?
11. ¿Se han realizado algún plan de promoción para la hostería? ¿En qué consistió?

## ENTREVISTA

**Direccionamiento:** Instrumento aplicado a las autoridades del GAD del Cantón Bucay

**Entrevistado:**

**Cargo:**

**Código de la entrevista:**

**Fecha:**

1. ¿El GAD del Cantón Bucay confiere los permisos para el debido funcionamiento de los sitios turísticos?
2. ¿Cuáles son los beneficios que ofrece el GAD hacia estos atractivos?
3. ¿Cuáles son los requisitos que se necesitan para solicitar el permiso de estos establecimientos?
4. ¿Qué valor promedio tiene este permiso?
5. ¿Con que frecuencia suelen inspeccionar estos establecimientos?
6. ¿Qué tan importante es para ustedes realizar el control hacia estos atractivos?
7. ¿De qué manera el GAD puede contribuir a la promoción turística de estos sitios?

## ENCUESTA

**Direccionamiento:** Instrumento aplicado a los visitantes que acuden semanalmente a la instalación de la Hostería Olympus.

**Objetivo:** Conocer las opiniones y satisfacción de los visitantes que acuden a este lugar.

### INFORMACION GENERAL

**1. ¿Sexo del visitante?**

1. Masculino

2. Femenino

**2. ¿Lugar de origen?**

1. Bucay

2. Otros

**3. ¿Nivel de Instrucción?**

1. Primaria

2. Secundaria

3. Superior

4. Otros

### INFORMACION ESPECÍFICA

**4. ¿Con qué frecuencia recibe información de algún tipo de alojamiento del Cantón**

**Bucay?**

1. Una vez a la semana

2. Cada 15 días

3. Una vez al mes

4. Nunca

**5. ¿Por qué medio ha visto o ha escuchado una publicidad de oferta de alojamiento del Cantón Bucay?**

1. Cuñas publicitarias

2. Propagandas

3. Folletos

**6. ¿Cuáles son los servicios de su preferencia en una Hostería?**

1. Alojamiento

2. Alimentación

3. Recreación

**7. ¿Qué tan importante considera usted el diseño del plan de promoción de los servicios que ofrece una hostería?**

1. Muy importante

2. Poco importante

3. Nada importante

**8. ¿Cree usted que un plan de promoción turística beneficiaría a la oferta de alojamiento del Cantón Bucay?**

1. Si

2. No

**9. ¿Considera usted satisfactorio a los servicios de alojamiento del Cantón Bucay?**

1. Si

2. No

**10. ¿Qué recomendación o sugerencia daría usted para ofertar estos sitios turísticos?**

---



---



---

## **Análisis de los resultados de los Instrumentos Aplicados**

Luego de haber aplicado los instrumentos de investigación, nos permite realizar el siguiente análisis:

➤ Referente a la ficha de observación:

Se tiene en cuenta el nivel promedio de calidad basado en la atención al cliente, no todo el personal está capacitado para dar un buen trato al visitante y que su estancia dentro del establecimiento sea acorde.

En cuanto al costo promedio de las instalaciones observadas existen quejas de los clientes que son excesivas y no están al nivel; es decir, que no están de acuerdo con cancelar un valor alto si no llenan sus expectativas, sea esto en la atención como en el uso de las instalaciones. Teniendo en cuenta también la seguridad que le pueden brindar a cada uno de sus clientes mejorando el tiempo de estadía de cada visitante.

Como se puede corroborar con el planteamiento de la variable #11 contenida en la ficha de observación; se logró detectar la escasa oferta y promociones que existe dentro de los establecimientos para llamar la atención del cliente y que éste disfrute de varios beneficios, teniendo en cuenta que se debe seguir promocionando ciertas ofertas llamativas para la atracción de clientes.

Una de la satisfacción que puede disfrutar el visitante en cada uno de los establecimientos analizados es el uso completo del servicio que ofrece cada hostería, como un salón para eventos, hospedaje, servicio de ayb, servicio de transporte y recreación.

➤ Referente a las entrevistas:

Luego de haberse efectuado las entrevistas a la propietaria y personal de la hostería, así como también a las autoridades del GAD Municipal del cantón Bucay se llega a obtener los siguientes resultados:

Durante la entrevista realizada a la propietaria y personal de la hostería se dio a conocer que el establecimiento si maneja un plan de promoción pero lo realizan cada año, lo cual es una desventaja para promocionar los servicios que brinda el establecimiento; debido a que ciertas personas desconocen de la existencia de este lugar dentro del cantón. Cabe recalcar también que debido a la situación actual del país reciben poca afluencia de turistas; en lo que se ha visto afectado debido a la situación de pandemia como también el bajo recurso de publicidad que manejan dentro de la hostería.

En cuanto a la entrevista realizada a las autoridades del GAD Municipal de Bucay se llega a la conclusión que si brindan ayuda y están dispuestos a ofertar estos sitios turísticos representativos para el cantón, en beneficio del desarrollo turístico como también un aporte significativo al progreso económico local. Brindan el correcto beneficio hacia estos sitios turísticos y realizan inspecciones anualmente, con el fin de que estos establecimientos cumplan con ciertas medidas de seguridad y que el lugar este acorde para recibir a los visitantes sean estos nacionales como locales.

De acuerdo a la pregunta siete de la entrevista que cuestiona lo siguiente: ¿De qué manera el GAD puede contribuir a la promoción turística de estos sitios?, se obtuvo una respuesta positiva y beneficiosa para todos los establecimientos del cantón, tienen por seguro la certeza de contar con el apoyo municipal para promocionar sus establecimientos; sean estos como campañas publicitarias, reportajes, difusión de videos promocionales, capacitación del servicio al cliente, protocolos de seguridad y resguardo policial. Siendo esto una ayuda y soporte multifuncional hacia los establecimientos en beneficio también para que todo aquel turista cuente con la debida seguridad al momento de visitar y hacer uso de las ofertas turísticas que existen dentro del cantón.

- Referente a la encuesta, se realiza el respectivo procesamiento de datos:

## PROCESAMIENTO DE DATOS

### INFORMACION GENERAL

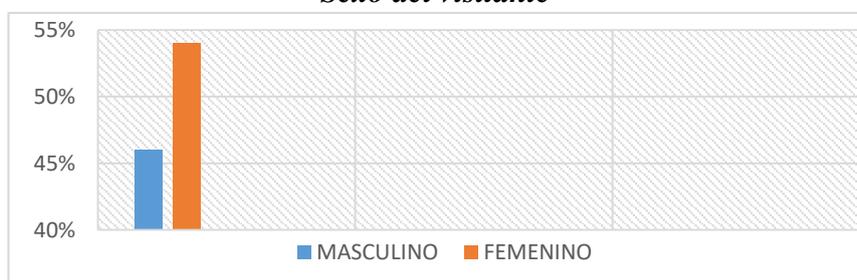
#### 1. ¿Sexo del visitante?

**Tabla 5**  
*Sexo del visitante*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Masculino	33	46%	33	46%
2	Femenino	39	54%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Cepeda Shirley (2021)

**Gráfico 2**  
*Sexo del visitante*



**Fuente:** Encuestas 2021  
**Elaborado por:** Shirley Cepeda

#### INTERPRETACION:

El mayor índice de las personas encuestadas indica que el sexo femenino es el más interesado y consume más publicidad acerca de los establecimientos turísticos, el cual indica que estas personas aportan más su atención al momento de ofertar los servicios turísticos y puedan acceder a los beneficios de cada publicidad.

## 2. ¿Lugar de origen?

**Tabla 6**  
*Lugar de origen*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA ABSOLUTA RELATIVA
1	Bucay	26	36%	26	36%
2	Otros	46	64%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Grafico 3**  
*Lugar de origen*



**Fuente:** Encuestas 2021  
**Elaborado por:** Shirley Cepeda

### INTERPRETACION:

Los resultados de las encuestas indican que el mayor alcance de promoción turística son obtenidos a nivel nacional, no solo local. Por ende se deberá ofertar a personas aledañas al sector para fortalecer la aceptación de los servicios que oferta la hostería y obtenga la debida afluencia de visitantes; no solo para ampliar la economía del establecimiento, sino también para el desarrollo turístico y económico del cantón.

Ya que al parecer el 36% de las personas encuestadas son oriundas del sector y tienen el conocimiento público de la hostería y los servicios que oferta.

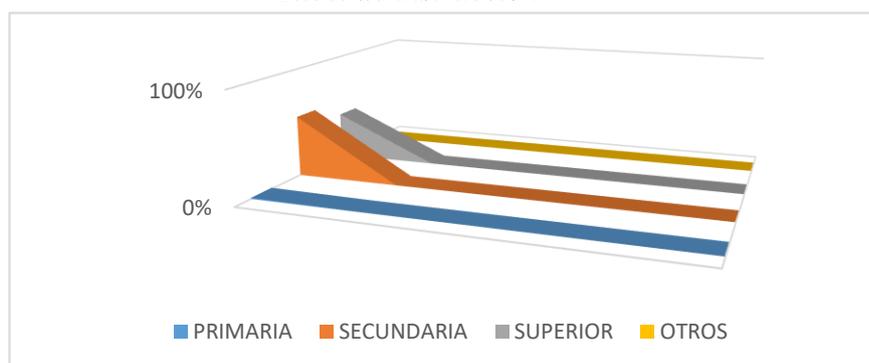
### 3. ¿Nivel de Instrucción?

**Tabla 7**  
*Nivel de instrucción*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Primaria	1	1%	1	1%
2	Secundaria	40	56%	41	57%
3	Superior	30	42%	71	99%
4	Otros	1	1%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley cepeda (2021)

**Gráfico 4**  
*Nivel de instrucción*



**Fuente:** Encuestas 2021  
**Elaborado por:** Shirley Cepeda

#### INTERPRETACION:

Mediante los resultados obtenidos de las personas encuestadas se logró visualizar que existe un nivel medio de educación entre cierta cantidad de muestra y que se tomaría en cuenta a estas personas y la capacidad que tienen en hacer uso de los instrumentos para poder promocionar la hostería y llamar la atención de los visitantes.

Teniendo en cuenta también el resultado restante de personas con nivel de instrucción superior podemos mejorar la calidad de oferta turística y que esté al alcance de todas las personas, para poder llegar a cada rincón sin excepción alguna. Siempre y cuando tengan beneficio para todos los visitantes y que su estadía sea la mejor.

## INFORMACION ESPECÍFICA

### 4. ¿Con qué frecuencia recibe información de algún tipo de alojamiento del Cantón Bucay?

**Tabla 8**  
*Frecuencia de información de alojamiento*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Una vez a la semana	5	7%	5	7%
2	Cada 15 días	28	39%	33	46%
3	Una vez al mes	35	49%	68	95%
4	Nunca	4	5%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Grafico 5**



*Frecuencia de información de alojamiento*

**Fuente:** Encuestas 2021

**Elaborado por:** Shirley Cepeda

**INTERPRETACION:**

En referencia a los resultados obtenidos se notó que existe un manejo de publicidad baja, ya que ciertos establecimientos ofertan sus servicios una vez al mes. Lo cual indica que la probabilidad de atraer visitantes no es efectiva y esto afecta al establecimiento debido a la poca aceptación y conocimiento que tienen las personas del sitio.

Como también se puede apreciar que existe una baja promoción semanal, lo cual sería el indicado para potenciar los servicios turísticos y contar con la debida afluencia dentro de los establecimientos, teniendo en cuenta que una promoción turística activa sería lo más ideal para contar siempre con visitantes y mejorar la aceptación de los servicios turísticos.

**5. ¿Por qué medio ha visto o ha escuchado una publicidad de oferta de alojamiento del Cantón Bucay?**

**Tabla 9**

*Medio por el cual ha visto o escuchado una oferta de alojamiento*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABOSLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Cuñas publicitarias	19	26%	19	26%
2	Propagandas	48	67%	67	93%
3	Folletos	5	7%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Gráfico 6**

*Medio por el cual ha visto o escuchado una oferta de alojamiento*



**Fuente:** Encuestas 2021

**Elaborado por:** Shirley Cepeda

**INTERPRETACION:**

Teniendo en cuenta la baja aceptación de promoción turística a nivel local y mediante los resultados se dio a conocer que fue ofertado mediante cuñas publicitarias; es decir, como no tiene toda la aceptación dentro del cantón el método de promoción de ciertos establecimientos no es efectivo.

En lo cual se llega a la conclusión que el método más aceptable para dar a conocer los servicios que ofrece la hostería Olympus sería mediante propagandas en redes sociales, ofertando todos los servicios que brinda a sus visitantes.

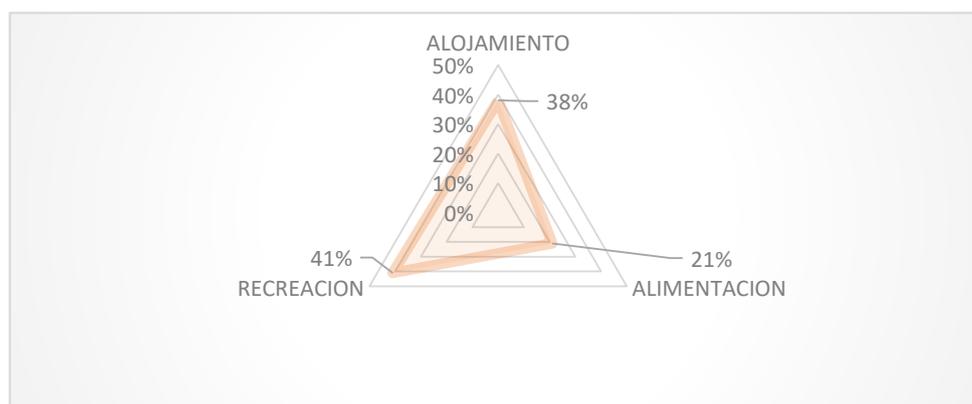
## 6. ¿Cuáles son los servicios de su preferencia en una Hostería?

**Tabla 10**  
*Servicios de preferencia en una hostería*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABOSLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Alojamiento	27	38%	27	38%
2	Alimentación	15	21%	42	59%
3	Recreación	30	41%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Gráfico 7**  
*Servicios de preferencia en una hostería*



**Fuente:** Encuestas 2021  
**Elaborado por:** Shirley Cepeda

### INTERPRETACION:

Se tiene en cuenta que la mayoría de encuestados prefiere hacer uso del área de recreación dentro de un establecimiento, es lo que más se destaca de un visitante a la hora de frecuentar establecimientos turísticos.

Se tendrá en cuenta al momento de ofertar los servicios destacar lo más cotizado o vendido para llamar la atención de los turistas, y al momento de diseñar un plan de promoción ofertar los servicios más recurrentes y promocionar la demanda más atractiva de la hostería.

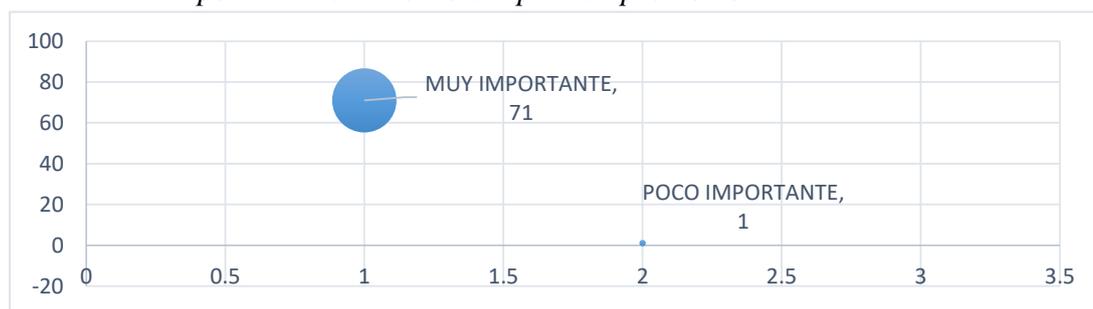
**7. ¿Qué tan importante considera usted el diseño del plan de promoción de los servicios que ofrece una hostería?**

**Tabla 11**  
*Importancia del diseño del plan de promoción*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Muy importante	71	99%	71	99%
2	Poco importante	1	1%	72	100%
3	Nada importante	0	0%		
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Gráfico 8**  
*Importancia del diseño del plan de promoción*



**Fuente:** Encuestas 2021  
**Elaborado por:** Shirley Cepeda

**INTERPRETACION:**

Se toma en cuenta que la mayoría de las personas encuestadas aportan con una idea positiva a la oferta de los servicios que ofrece un establecimiento turístico.

Dejando claramente que si es muy importante diseñar un plan de promoción adecuado a los servicios que ofrece la hostería, para contar con la aprobación de los visitantes y también darse a conocer a nivel nacional, mejorando la calidad de los servicios que ofrece dirigido a todo público.

Es por eso que se está llevando a cabo el diseño de un plan de promoción turística para la hostería Olympus, teniendo en cuenta cada una de las observaciones detalladas durante el proceso de la encuesta.

**8. ¿Cree usted que un plan de promoción turística beneficiaría a la oferta de alojamiento del Cantón Bucay?**

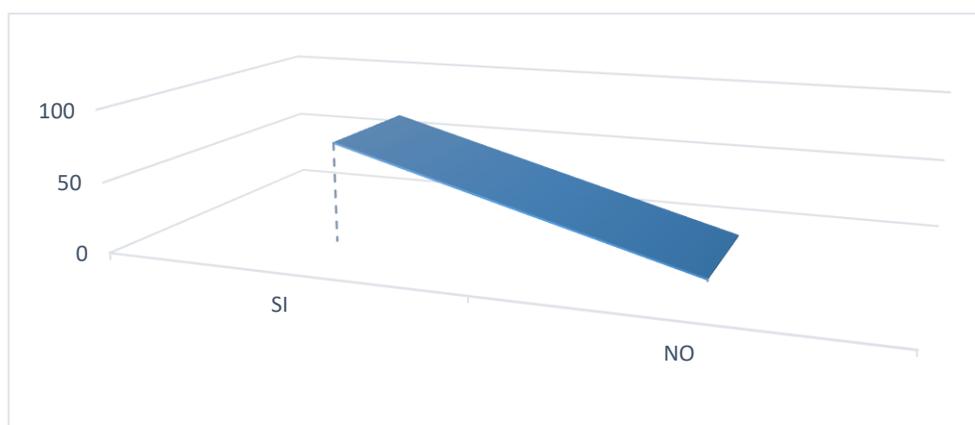
**Tabla 12**  
*Beneficio a la oferta de alojamiento*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Si	71	99%	71	99%
2	No	1	1%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Gráfico 9**

*Beneficio a la oferta de alojamiento*



**Fuente:** Encuestas 2021  
**Elaborado por:** Shirley Cepeda

**INTERPRETACION:**

La mayoría de las respuestas dan a conocer un argumento positivo para llevarse a cabo el diseño de un buen plan de promoción, en beneficio a cada uno de los establecimientos que cuenta el cantón Bucay, como parte del proceso y desarrollo turístico como también económico a nivel local.

Se trabajará en lo planteado para obtener resultados positivos y la aceptación de todos los turistas que se motiven a visitar la hostería, que se dará a conocer mediante un plan promocional acorde y adecuado a nivel nacional; con la finalidad que cumplir las expectativas de cada visitante y que su estadía sea única y excepcional, que se tenga la certeza de que el cliente regresará debido a la buena experiencia vivida dentro del establecimiento.

## 9. ¿Considera usted satisfactorio a los servicios de alojamiento del Cantón Bucay?

**Tabla 13**  
*Satisfacción de los servicios de alojamiento*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Si	71	99%	71	99%
2	No	1	1%	72	100%
TOTAL		72	100%		

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Gráfico 10**

*Satisfacción de los servicios de alojamiento*



**Fuente:** Encuestas 2021

**Elaborado por:** Shirley Cepeda

### INTERPRETACION:

La mayoría de las respuestas arrojadas mediante las encuestas aplicadas confirman que están satisfechos con los servicios de alojamiento que ofrece el cantón Bucay, el 1% de las respuestas indica lo contrario; quiere decir que existe un nivel promedio de agrado hacia estos servicios. Se deberá seguir trabajando en la satisfacción total de todos los visitantes y mejorar cada día la atención al cliente.

Para mejorar y sobrellevar la calidad de estos servicios, se deberá cumplir con capacitaciones y protocolos de atención al cliente, contar con un personal entrenado, contratar profesionales expertos en brindar un servicio de calidad y que este no decaiga en el transcurso del tiempo, un establecimiento que brinda confiabilidad permanente en sus servicios mantendrá la afluencia de visitantes activa.

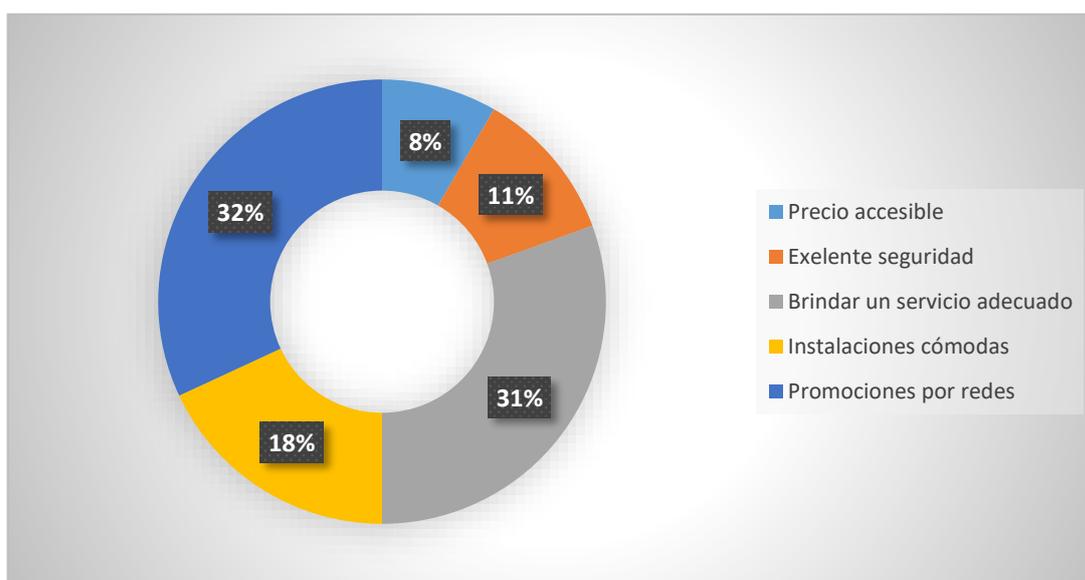
### 10. ¿Qué recomendación o sugerencia daría usted para ofertar estos sitios turísticos?

**Tabla 14**  
*Recomendación para ofertar los sitios turísticos*

OPCIONES	CATEGORIAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
1	Precio accesible	6	8%	6	8%
2	Excelente seguridad	8	11%	14	19%
3	Brindar un servicio adecuado	22	31%	36	50%
4	Instalaciones cómodas	13	18%	49	68%
5	Promociones por redes	23	32%	72	100%
TOTAL		72	100%		

Elaborado por: Shirley Cepeda (2021)

**Gráfico 11**  
*Recomendación para ofertar los sitios turísticos*  
Fuente: Encuestas 2021



Elaborado por: Shirley Cepeda

## **INTERPRETACION:**

De acuerdo a las opiniones recolectadas mediante las encuestas aplicadas a los visitantes del cantón Bucay se toma en cuenta que la oferta y promoción de los servicios que ofrecen los establecimientos turísticos jamás deberá ser inactiva o descuidada, ya que prefieren visitar sus redes sociales y enterarse por ese medio de las promociones disponibles.

También se inclinan por hacer hincapié a que deben brindar un servicio apropiado, que cuenten con la debida seguridad y precio accesible; como también que las instalaciones estén adecuadas para su uso óptimo.

Cuidar cada detalle mínimo y hacer que su experiencia dentro de las instalaciones estén acorde a sus expectativas.

## **INTERPRETACION GENERAL DE LOS RESULTADOS**

En los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados se llega a la conclusión que se debe mejorar la calidad del servicio al cliente, tener en cuenta que es lo más primordial para que el establecimiento cuente con diversidad de visitantes y que este a su vez sea reconocido a nivel nacional; mejorando el desarrollo económico del establecimiento como también el desarrollo local.

Se cuenta con la ayuda promocional del GAD Municipal y a su vez están interesados por el resguardo y bienestar de todos los turistas que visitan el cantón, debido a que Bucay es una localidad turística y brinda gran diversidad de turismo; sea este natural y cultural. Cuenta con diversos establecimientos turísticos debido a que está rodeado de mucha naturaleza como balnearios, cascadas y ofrecen un sin números de actividades tradicionales.

En lo que respecta a la pregunta #7 y #8 de las encuestas efectuadas a los visitantes del sector; que hace hincapié a la importancia de realizar un plan de promoción de los servicios que ofrece una hostería, se toma en cuenta el diseño de un plan de promoción a la hostería Olympus, uno de los sitios turísticos que más destaca por brindar un servicio

completo y acorde a todo tipo de turista. Se dará a conocer los servicios y actividades que ofrece la hostería mediante una promoción diseñada acorde los servicios que oferta; en beneficio del mismo como también dentro del cantón.

Resaltando su gastronomía y dando a conocer a todo el público un rincón más del país al que se puede visitar y realizar diversas actividades y deportes extremos, para todo aquel amante de la aventura pueda disfrutar de una maravillosa experiencia con sus familiares y amigos.

### **3.6.1 Comprobación de hipótesis**

La hipótesis planteada es la siguiente:

“Mediante el diseño de un plan de promoción y difusión turística a la hostería Olympus se logrará desarrollar el turismo dentro de la localidad.”

Durante el proceso del análisis y comprobación de resultados se logra comprobar que el diseño de un plan de promoción turística permitirá desarrollar el turismo y la afluencia de visitantes dentro de la hostería Olympus, destacando cada servicio que ofrece y mejorando la publicidad, llegando a todos los turistas ofertando promociones atractivas y eficientes.

Como también se logrará ampliar el turismo dentro del cantón para beneficio propio de la localidad y desarrollo turístico, mejorando la calidad de los servicios a ofrecer, como también dar a conocer su cultura y gastronomía, de esta forma se comprueba el planteamiento de la hipótesis respectiva.

## CAPITULO IV

### LA PROPUESTA

#### **TEMA: Diseño y aplicación de un plan de promoción para la Hostería Olympus del Cantón Bucay**

##### **4.1 Diseño de propuesta**

Luego de haber realizado el estudio respectivo y debido a los resultados obtenidos de las encuestas se llega a determinar que el diseño de un plan de promoción para la hostería Olympus es de gran importancia para el desarrollo turístico y económico del mismo como también a beneficio local.

Esta investigación está enfocada en diseñar estrategias de promoción que ayudarán con la afluencia de turistas dentro del establecimiento, para ser reconocida a nivel nacional como uno de los atractivos más visitados dentro del Cantón Bucay; destacando los servicios que ofrecen para llamar la atención del turista y que disfrute de un atractivo natural.

En lo que respecta al diseño del plan de promoción para la hostería constará de un nuevo diseño para el establecimiento aportando nueva imagen adecuada y que sea representativa, un logo que describa el lugar, y el medio por el cual se van a difundir y dar a conocer los servicios que ofrecen, incluyendo nuevas promociones como:

- Entrada para niños 2x1.
- Por aniversario de la hostería obtén 20% de descuento en alojamiento.
- Ven a celebrar en nuestro establecimiento tu boda, gratis hospedaje para recién casados.
- Reserva 5 días y te regalamos 2.

Así como también la creación de un imago tipo:

**Gráfico 12**

*Imago tipo*



**Elaborado por:** Shirley Cepeda

Creación del diseño para anuncios en periódicos locales:

**Gráfico 13**

*Diseño para anuncios*



**Elaborado por:** Shirley Cepeda

Y la ilustración para la promoción en la valla publicitaria:

**Gráfico 14**  
*Promoción para la valla publicitaria*



**Elaborado por:** Shirley Cepeda

Para cumplir con este plan de promoción la hostería debe realizar un plan de mejora de sus servicios, de los cuales algunos se están ejecutando; como por ejemplo los servicios básicos, ampliación del parqueo y la seguridad para sus clientes.

## 4.2 Objetivos de la propuesta

### 4.2.1 Objetivo General

Diseñar y aplicar un plan de promoción para la Hostería Olympus

### 4.2.2 Objetivos Específicos

- Ilustrar un imago tipo y eslogan que identifique a la hostería.
- Socializar el plan de promoción.
- Aplicar plan de promoción.

### 4.3 Planeación estratégica de la propuesta

**Tabla 15**  
*Planeación estratégica de la propuesta*

<b>DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCION PARA LA HOSTERIA OLYMPUS</b>				
<b>Dimensiones</b>	<b>Componentes</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempos</b>	<b>Menú de actividades</b>
<b>Diseño de un nuevo logo</b>	Imagen representativa de la hostería.	Shirley Cepeda Morocho	Primera semana de Septiembre	Identificar lo más representativo de la hostería.
	Buscar el tipo de fuente adecuado.	Shirley Cepeda Morocho	Primera semana de Septiembre	Detallar bien el logo.
<b>Elaboración de eslogan</b>	Identificar una frase original y acorde.	Shirley Cepeda Morocho	Segunda semana de Septiembre	Frase corta y precisa.
	Combinación de fuentes y colores.	Shirley Cepeda Morocho	Segunda semana de Septiembre	Escoger el tipo de letra que se utilizará,
<b>Creación de imagotipo</b>	Crear un imagotipo en representación de la hostería para la promoción del mismo.	Shirley Cepeda Morocho	Tercera semana de Septiembre	Diseñar la imagen representativa de la hostería.
<b>Creación del diseño para anuncios en periódicos locales</b>	Diseño de los materiales publicitarios.	Shirley Cepeda Morocho	Cuarta semana de Septiembre	Crear el diseño publicitario para la difusión respectiva.
	Información de los servicios que ofrece la hostería.	Shirley cepeda Morocho	Cuarta semana de Septiembre	Dar a conocer los servicios que ofrece la hostería para promocionarlos.
<b>Ilustración para la promoción en la valla publicitaria</b>	Elaboración de la publicidad visual.	Shirley Cepeda Morocho	Primera semana de Octubre	Difusión de información necesaria.

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

Esta planeación se llevará a cabo de acuerdo al siguiente cronograma, y el respectivo grafico ilustrativo:

**Tabla 16**  
*Cronograma*

Actividad	Responsable	Tiempo		
		Inicio	Duración/Días	Fin
Diseño de un nuevo logo	Shirley Cepeda Morocho	01/09/2021	7	07/09/2021
Elaboración de eslogan	Shirley Cepeda Morocho	08/09/2021	7	14/09/2021
Creación de imagotipo	Shirley Cepeda Morocho	15/09/2021	7	21/09/2021
Creación del diseño para anuncios en periódicos locales	Shirley Cepeda Morocho	22/09/2021	7	28/09/2021
Ilustración para la promoción en la valla publicitaria	Shirley Cepeda Morocho	29/09/2021	7	05/10/2021
Elaboración del presupuesto para la ejecución de las estrategias de promoción	Shirley Cepeda Morocho	06/10/2021	7	12/10/2021
Reunión con la propietaria y autoridades del GAD Municipal	Shirley Cepeda Morocho	13/10/2021	1	14/10/2021

para dar conocimiento del proyecto				
Reservación del lugar donde se ubicará la valla publicitaria (Entrada del Cantón Bucay)	Shirley Cepeda Morocho	15/10/2021	1	16/10/2021
Colocación de la valla publicitaria	Shirley Cepeda Morocho	17/10/2021	1	18/10/2021
Socialización de anuncios en periódicos locales	Shirley Cepeda Morocho	19/10/2021	1	20/10/2021
Socialización de publicidad y promoción que ofrece la hostería en redes sociales del GAD Municipal	Shirley Cepeda Morocho	21/10/2021	1	22/10/2021

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Gráfico 15**  
**Cronograma**



**Elaborado por:** Shirley Cepeda

#### 4.4 Presupuestos global para la propuesta

Todos los valores establecidos para la ejecución del plan de promoción serán financiados por la dueña de la hostería (70%) y por el GAD Municipal del Cantón Bucay (30%), como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**Tabla 17**  
**Presupuesto Global de la Propuesta**

<b>Fuentes de financiamiento</b>			
<b>Rubros</b>	<b>Valor</b>	<b>Propietaria de la hostería (70%)</b>	<b>GAD Municipal del Catón Bucay (30%)</b>
<b>Software y maquinaria</b>	\$680	\$476	\$204
<b>Diseño</b>	\$800	\$560	\$240
<b>Publicidad</b>	\$2400	\$1680	\$720
<b>Otros gastos</b>	\$150	\$105	\$45
<b>Total</b>	\$4030	\$2821	\$1209

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

## 4.4.1 Desglose presupuestario

**Tabla 18**  
*Presupuesto de Software y maquinaria*

<b>Fuentes de financiamiento</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Justificación</b>	<b>Periodo de tiempo (un mes)</b>	<b>Propietaria de la hostería (70%)</b>	<b>GAD Municipal del Catón Bucay (30%)</b>
<b>Software</b>	Programa para crear logotipos	\$80	\$56	\$24
<b>Computadora</b>	Equipo dispensable para la realización del diseño promocional	\$600	\$420	\$180
<b>Total</b>		\$680	\$476	\$204

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Tabla 19**  
*Presupuesto de diseño*

<b>Fuentes de financiamiento</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Justificación</b>	<b>Periodo de tiempo (semanal)</b>	<b>Propietaria de la hostería (70%)</b>	<b>GAD Municipal del Catón Bucay (30%)</b>
<b>Logo</b>	Nueva imagen para la hostería	\$100	\$70	\$30
<b>Eslogan</b>	Frase representativa	\$100	\$70	\$30
<b>Imagotipo</b>	Imagen oficial de promoción	\$200	\$140	\$60
<b>Diseño para anuncios en periódicos locales</b>	Distribución de publicidad	\$150	\$105	\$45
<b>Ilustración de valla publicitaria</b>	Publicidad visual	\$250	\$175	\$75
<b>Total</b>		\$800	\$560	\$240

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Tabla 20**  
*Presupuesto de publicidad*

<b>Fuentes de financiamiento</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Justificación</b>	<b>Periodo de tiempo (3 meses)</b>	<b>Propietaria de la hostería (70%)</b>	<b>GAD Municipal del Catón Bucay (30%)</b>
<b>Anuncios en periódicos locales</b>	Promoción turística	\$2400	\$1680	\$720
<b>Total</b>		\$2400	\$1680	\$720

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

**Tabla 21**  
*Presupuesto de otros gastos*

<b>Fuentes de financiamiento</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Justificación</b>	<b>Periodo de tiempo (1 mes)</b>	<b>Propietaria de la hostería (70%)</b>	<b>GAD Municipal del Catón Bucay (30%)</b>
<b>Movilización</b>	Buscar diseñadores	\$100	\$70	\$30
<b>Internet</b>	Buscar información	\$50	\$35	\$15
<b>Total</b>		\$150	\$105	\$45

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

#### 4.5 Modelo de socialización de la propuesta

Es importante socializar la propuesta; no solamente para los directivos de la hostería, sino también para las autoridades del GAD Municipal del Cantón Bucay, y a su vez este sea de conocimiento público para toda la ciudadanía.

Como se puede ver en el siguiente cuadro:

**Tabla 22**  
*Modelo de socialización de la propuesta*

<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Participantes</b>
07/10/2021	10h00	Levantamiento de la valla publicitaria	Propietaria de la hostería
08/10/2021	08h00	Socialización de anuncios en periódicos locales	Periódicos locales
09/10/2021	10h00	Socialización de publicidad y promoción que ofrece la hostería por medios del GAD Municipal en sus redes sociales	Autoridades del GAD Municipal

**Elaborado por:** Shirley Cepeda (2021)

#### 4.5.1 Logo y eslogan de la propuesta

Gráfico 16  
*Logo y eslogan de la propuesta*



**Elaborado por:** Shirley Cepeda

## CONCLUSIONES

El cantón Bucay cuenta con varios atractivos turísticos, e inclusive natural; donde puedes conectarte con la naturaleza y pasar un buen momento en familia y amigos. Gracias a estas características propias del cantón es posible desarrollar el turismo dentro de la localidad, ya que cuenta con varios atractivos entre los cuales destaca la hostería Olympus.

Mediante los resultados obtenidos de los instrumentos de investigación aplicados a los visitantes se pudo diseñar un plan de promoción a la hostería, dejando en evidencia el rediseño del logo, eslogan y estrategias de publicidad aplicadas; con el propósito que el establecimiento obtenga una identidad propia y original. También se espera contar con una alta afluencia de visitantes y que su desarrollo económico sea progresivo; siendo el establecimiento más visitado del cantón, que ha hecho el esfuerzo de implementar un respectivo plan de mejora.

Gracias al apoyo de la propietaria de la hostería y autoridades del GAD Municipal se hizo posible el desarrollo de este proyecto.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda renovar y estar al pendiente de las nuevas estrategias de promoción que puedan aplicarse en beneficio de la hostería, para que se siga promocionando sus servicios, y que su alcance se proyecte cada vez más, a su vez interactuar espontáneamente en sus redes sociales y difundir información real.

La participación e involucramiento de las autoridades del GAD Municipal es de mucha importancia, debido a la seguridad y monitoreo que brindan mediante los recorridos que hacen anualmente; pero para beneficio de los turistas se recomienda brindar seguridad mínima los fines de semana y feriados, estar al pendiente de que los establecimientos este haciendo uso correcto de funcionamiento y cuente con todas las medidas de seguridad y primeros auxilios.

De igual forma se recomienda a que la academia establezca mayores vínculos con la sociedad y con todos los sitios turísticos, públicos y/o privados del país, con la finalidad de crear expectativas de futuros emprendimientos por parte de los estudiantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre, J. (28 de Noviembre de 2013). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare:  
<https://es.slideshare.net/juliiianaguirre/plan-promocional-28715494>
- Alburqueque, C. M. (2020). La poblacion . En C. M. Alburqueque, *LA INVESTIGACION CIENTIFICA UNA APROXIMACION PARA LOS ESTUDIOS DE POSGRADO* (pág. 73). Guayaquil: DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION Y POSTGRADOS, UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.
- Asamblea Nacional . (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Obtenido de  
[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Carrillo, R. (2012). *PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA PARA FOMENTAR EL TURISMO DE NATURALEZA Y AVENTURA EN EL CANTÓN BUCAY*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil , Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/336/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-13.pdf>
- Chávez, J. (2020). *DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA AUDIO VISUAL DE LOS LUGARES DE INTERÉS EN EL CANTÓN DE SIGCHOS PROVINCIA DE COTOPAXI PARA EL AÑO 2020*. Instituto Tecnológico Cordillera , Quito. Obtenido de <https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/5509/1/3-TUR-19-20-1750133355%20a0.pdf>
- Chele, N. (2017). *DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS PASEOS ACUÁTICOS EN EL MALECÓN DEL ESTERO SALADO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Universidad de Guayaquil , Guayaquil. Obtenido de  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18374/1/NANCY%20DENNISSE%20CHELE%20MISE.pdf>
- ConceptoDefinición. (25 de Julio de 2019). *Google*. Obtenido de Google:  
<https://conceptodefinicion.de/incentivo/>
- Continental, U. (11 de Mayo de 2017). *Universidad Continental*. Obtenido de Universidad Continental: <https://blogs.ucontinental.edu.pe/marco-teorico-elaborarlo/temas/consejos/>
- Coronel, N. (2015). *PLAN DE PROMOCIÓN DEL ECOTURISMO Y EL TURISMO DE AVENTURA EN EL CANTÓN BUCAY, PROVINCIA DEL GUAYAS*. Universidad de

- Guayaquil , Guayaquil. Obtenido de  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8545/1/TESIS%20FINAL%20PDF1.pdf>
- Duarte , T., Pereira , M., & Pont , J. (2017). Políticas públicas de turismo numa perspectiva normativa comparada: os casos de Brasil e Espanha. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 293-310. Obtenido de  
<http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf#page=49>
- Escalante , G., Solano , M., & Faytong , J. (2017). *La promoción es una actividad que está orientada a informar, persuadir e influir*. Escuela Superior Politécnica del Litoral , Guayaquil. Obtenido de  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1583/1/3100.pdf>
- Flores, A. C. (Septiembre de 2015). *Google*. Obtenido de  
<http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- GADMB. (2016). *Ordenanza para la determinación, recaudación y control de a tasa de otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos*. Obtenido de <http://www.municipiobucay.gob.ec/wp-content/uploads/2018/02/GACETA-MUNICIPAL-04.pdf>
- Gloria Lourdes Ayala Medrano, M. d. (Julio de 2006). *Google* . Obtenido de Google:  
<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/10859/1/T-658%20R456pl.pdf>
- Google. (18 de Septiembre de 2020). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps:  
<https://www.google.es/maps/place/Bucay/@-2.2213326,-79.1381526,1849a,35y,38.92t/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x91d2ba6a9f5c0fbd:0x60b8e92c726e82c1!8m2!3d-2.204719!4d-79.177711>
- Jesus Arias Gomez, M. A. (2016). El protocolo de investigacion III: la poblacion de estudio. *Redalyc*, 202.
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de Turismo*. Buenos Aires. Obtenido de  
[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod\\_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf)
- Loor , L., Alonso , A., & Pérez , M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *ECA Sinergia*, 9(1), 97-108. Obtenido de  
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1195>
- Merino, J. P. (2014). *Definición.De*. Obtenido de Definición.De:  
<https://definicion.de/promocion-turistica/>

- Merino, J. P. (2020). *Definición.De*. Obtenido de Definición.De:  
<https://definicion.de/hosteria/>
- Merino, J. P. (2020). *Definición.De*. Obtenido de Definición.De:  
<https://definicion.de/hosteria/>
- Merino, J. P. (2020). *Definición.De*. Obtenido de Definición.De:  
<https://definicion.de/hosteria/>
- Piedra, E. (2017). *DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EN EL BALNEARIO PISAGUA PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN MONTALVO, PROVINCIA DE LOS RÍOS*. Universidad de Guayaquil , Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15064/1/Eloisa%20Piedra.pdf>
- Raffino, M. E. (12 de Septiembre de 2020). *Concepto.De*. Obtenido de Concepto.De:  
<https://concepto.de/diagnostico/>
- Rosero , K., & Vines , I. (2019). *Plan de mejora en la operación turística de deportes de aventura del cantón General Antonio Elizalde*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil , Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12300/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-546.pdf>
- Sancho , A., Buhalis , D., Gallego , J., Mata , J., Navarro , S., & Osorio , E. (2019). *Introducción al Turismo*. Obtenido de [http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20\(1\).pdf?sequence=1](http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20(1).pdf?sequence=1)
- Significados. (17 de Julio de 2018). *Google*. Obtenido de Google:  
<https://www.significados.com/promocion/>
- Significados. (20 de Agosto de 2019). *Significados*. Obtenido de Significados:  
<https://www.significados.com/diagnostico/>
- Thompson, I. (2009). *XING*. Obtenido de XING:  
<https://www.xing.com/communities/posts/definicion-de-promocion-por-ivan-thompson-1003306122#:~:text=%20Seg%C3%BAn%20Patricio%20Bonta%20y%20Mario,y%20en%20el%20espacio%2C%20orientadas>
- Valarezo, E. C. (2017). *Google Académico*. Obtenido de Google Académico:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21920/1/Tesis%20Cinthya%20Gallardo%20Valarezo.pdf>

Valarezo, E. C. (2017). *Google Académico*. Obtenido de Google Académico:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21920/1/Tesis%20Cinthy%20Gallardo%20Valarezo.pdf>

## ANEXOS

## A: Medio por el cual se realizó la encuesta

## 1. ¿Sexo del visitante?

[Más detalles](#)

● Masculino	33
● Femenino	39



## 2. ¿Lugar de origen?

[Más detalles](#)

● Bucay	26
● Otros	46



## 3. ¿Nivel de Instrucción?

[Más detalles](#)

● Primaria	1
● Secundaria	40
● Superior	30
● Otros	1



## 4. ¿Con qué frecuencia recibe información de algún tipo de alojamiento del Cantón Bucay?

[Más detalles](#)

● Una vez a la semana	5
● Cada 15 días	28
● Una vez al mes	35
● Nunca	4



## 5. ¿Por qué medio ha visto o ha escuchado una publicidad de oferta de alojamiento del Cantón Bucay?

[Más detalles](#)

● Cuñas publicitarias	19
● Propagandas	48
● Folletos	5



## 6. ¿Cuáles son los servicios de su preferencia en una Hostería?

[Más detalles](#)

● Alojamiento	27
● Alimentación	15
● Recreación	30



## 7. ¿Qué tan importante considera usted el diseño del plan de promoción de los servicios que ofrece una hostería?

[Más detalles](#)

● Muy importante	71
● Poco importante	1
● Nada importante	0



## 8. ¿Cree usted que un plan de promoción turística beneficiaría a la oferta de alojamiento del Cantón Bucay?

[Más detalles](#)

● Si	71
● No	1



## 9. ¿Considera usted satisfactorio a los servicios de alojamiento del Cantón Bucay?

[Más detalles](#)

● Si	71
● No	1



## 10. ¿Qué recomendación o sugerencia daría usted para ofertar estos sitios turísticos?

[Más detalles](#)72  
Respuestas

Respuestas más recientes

"Que brinden un servicio adecuado y cuenten con toda información exacta par..

"Incentiven un turismo recreativo y familiar "

"Que las habitaciones estén adecuadas y cuenten con los implementos adecu..

