



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

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**Análisis los servicios turísticos fluviales del cantón Nobol  
para el desarrollo de una estrategia de promoción**

**AUTOR**

**Luis Gustavo Espinoza Rosado**

**TUTOR**

**Blog. Jenny Patricia Castro Salcedo, MSc.**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**2016**

 Presidencia de la República del Ecuador		 Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes		 SENESCYT <small>SECRETARÍA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN</small>	
<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>					
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>					
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Análisis los servicios turísticos fluviales del cantón Nobol para el desarrollo de una estrategia de promoción.					
<b>AUTOR/ES:</b> Luis Gustavo Espinoza Rosado			<b>TUTOR.:</b> Blog. Jenny Patricia Castro Salcedo, MSc.		
<b>REVISORES:</b>					
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad de Guayaquil			<b>FACULTAD:</b> Comunicación Social.		
<b>CARRERA:</b> Turismo y Hotelería.					
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>			<b>Nº. DE PÁGS. #</b> 91		
<b>TITULO OBTENIDO:</b> Licenciado en Turismo y Hotelería					
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Investigación Educativa					
<b>PALABRAS CLAVES:</b> Servicios Turísticos; Paseos Fluviales; Turismo Fluvial					
<p><b>Resumen:</b> El cantón Nobol, de la provincia del Guayas, perteneciente a la zona 5 de la planificación territorial del Ecuador, evidenció la poca promoción turística, razón por la cual no surgen nuevas actividades vinculadas al turismo; este es el caso de los servicios turísticos fluviales debido a la escasa inversión, la inseguridad, la poca capacitación de los canoeros y la mínima socialización del servicio merma la posibilidad de crecimiento de esta actividad. basando la investigación en los paseos turísticos fluviales como objeto y la promoción turística como campo. se requirió el uso de un enfoque mixto debido a que se han empleado datos cuantitativos y cualitativos; los métodos teóricos fueron el analítico – sintético, el histórico . lógico y el inductivo deductivo; dentro de los empíricos la observación. Las herramientas y métodos de recolección de datos utilizados fueron la observación directa, la encuesta y la entrevista Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los turistas deja entrever el gran potencial que poseen los paseos fluviales llegando a la conclusión que se debe elaborar un plan de promoción turístico para enaltecer esta actividad, dicho plan cuenta con estrategias marcadas mediante publicidad escrita y el desarrollo en redes sociales propias para así mostrar un poco más del cantón Nobol y con ello incrementar el turismo fomentando el ingreso económico para mejorar la calidad de vida de quienes los desempeñan.</p>					
<b>Nº. DE REGISTRO (en base de datos):</b>			<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web)</b>					
<b>ADJUNTO PDF:</b>		SI X		NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES :</b> Luis Gustavo Espinoza Rosado		<b>Teléfono:</b> 0989500539 042122463		<b>E-mail:</b> luis.espinozarosado@outlook.com	
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>			<b>Nombre:</b> Blog. Jenny Patricia Castro Salcedo, MSc.		
E-mail: jenny.castrosa@ug.edu.ec			Teléfono: 0999427357		



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

Guayaquil, diciembre del 2016

**APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor de tesis, nombrado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Comunicación Social de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad de Guayaquil, certifico:

Que el Sr. Luis Gustavo Espinoza Rosado, ha realizado la tesis de grado titulada: **Análisis los servicios turísticos fluviales del cantón Nobol para el desarrollo de una estrategia de promoción**, la cual he analizado aplicando las disposiciones institucionales por lo que autorizo al mencionado egresado, reproduzca el documento definitivo y lo presente a las autoridades de la Universidad, y posteriormente proceda a la exposición de su contenido.

Considerándolo aprobado en su totalidad.

-----  
Blga. Jenny Patricia Castro Salcedo, MSc.

## CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, Dr. Javier Ricardo López Ruiz Mg; que he revisado la redacción y ortografía del contenido del proyecto de trabajo “**Análisis los servicios turísticos fluviales del cantón Nobol para el desarrollo de una estrategia de promoción**” elaborado por el Sr. Luis Gustavo Espinoza Rosado con cédula de ciudadanía N° 0922296181, previo la obtención del Título de **LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**.

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la actualización de las letras.
- La aplicación de laanonimia es correcta.
- Se maneja con conocimiento y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como PROFESIONAL, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRAFÍCA de su Proyecto Turístico previo a la obtención del Título de LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA.

Atentamente,



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

**ACTA DE RESPONSABILIDAD**

**CERTIFICA**

El presente trabajo investigativo con el tema **“Análisis los servicios turísticos fluviales del cantón Nobol para el desarrollo de una estrategia de promoción”**, realizado por el Sr. Luis Gustavo Espinoza Rosado, egresado de la carrera de Turismo y Hotelería de la Facultad de Comunicación Social, se ajusta a los requerimientos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Guayaquil, motivo por el cual se autoriza su presentación.

-----  
Blog. Jenny Patricia Castro Salcedo, MSc.



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

**CERTIFICADO DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Yo, Luis Gustavo Espinoza Rosado declaro ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Guayaquil, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

-----  
**Luis Gustavo Espinoza Rosado**

**C.C # 0922296181**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA**

Dr.

Galo Salcedo Rosales, PhD.

Rector de la Universidad de Guayaquil.

Presente.-

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema **“Análisis los servicios turísticos fluviales del cantón Nobol para el desarrollo de una estrategia de promoción”**, mediante la presente y que corresponde a la Unidad Académica de la Facultad de Comunicación Social.

-----  
**Luis Gustavo Espinoza Rosado**

**C.C # 0922296181**



## CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

<b>MEMORIA CIENTÍFICA</b>	(    )
<b>DEFENSA ORAL</b>	(    )
<b>TOTAL</b>	(    )
<b>EQUIVALENTE</b>	(    )

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios que es el pilar fundamental en cada paso que doy, a mis padres por ser el impulso diario para no dejarme caer a lo largo de este trayecto recorrido en mi vida, quienes han guiado mis pasos para ser mejor persona día a día para poder alcanzar todos los objetivos pactados y cumplir mis metas.

A mis profesores, quienes fueron un apoyo constante y me encaminaron a lograr culminar este trabajo de investigación sacando lo mejor de mí, enriqueciendo mis conocimientos con cada una de sus ideas las cuales contribuyeron en la finalización de la investigación con gran éxito.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por no dejarme caer nunca pese a las adversidades presentadas en este largo recorrido.

A mis padres por fomentar en mí ese espíritu de lucha de nunca dejarme vencer por obstáculos que pone la vida, por inculcarme buenos valores y siempre siendo la base rígida de una estructura fuerte que me caracteriza como ser humano lleno de constancia y perseverancia para lograr alcanzar con éxito las metas pactadas a lo largo del camino.

A mis mentores de la Facultad de Comunicación Social de la carrera de Turismo y Hotelería, por su eficaz trabajo, por el constante apoyo y sobre todo por la gran paciencia que tuvieron para siempre empujarme a culminar este trabajo investigativo, hoy puedo decir que se culminó con éxito.

Gracias

## RESUMEN

El cantón Nobol, de la provincia del Guayas, perteneciente a la zona 5 de la planificación territorial del Ecuador, evidenció la poca promoción turística, razón por la cual no surgen nuevas actividades vinculadas al turismo; este es el caso de los servicios turísticos fluviales debido a la escasa inversión, la inseguridad, la poca capacitación de los canoeros y la mínima socialización del servicio merma la posibilidad de crecimiento de esta actividad. basando la investigación en los paseos turísticos fluviales como objeto y la promoción turística como campo. se requirió el uso de un enfoque mixto debido a que se han empleado datos cuantitativos y cualitativos; los métodos teóricos fueron el analítico – sintético, el histórico . lógico y el inductivo deductivo; dentro de los empíricos la observación. Las herramientas y métodos de recolección de datos utilizados fueron la observación directa, la encuesta y la entrevista. Los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas a los turistas deja entrever el gran potencial que poseen los paseos fluviales llegando a la conclusión que se debe elaborar un plan de promoción turístico para enaltecer esta actividad, dicho plan cuenta con estrategias marcadas mediante publicidad escrita y el desarrollo en redes sociales propias para así mostrar un poco más del cantón Nobol y con ello incrementar el turismo fomentando el ingreso económico para mejorar la calidad de vida de quienes los desempeñan.

## **ABSTRACT**

The canton Nobol, in the province of Guayas, belonging to area 5 of territorial planning the Ecuador, showed little tourism promotion, which is why no new activities linked to tourism arise; This is the case of river tourism services due to the scarce investment, insecurity, poor training of canoeros and the minimal socialization of the service reduces the possibility of growth of this activity. Basing research on river tourism as an object and promoting tourism as a field. The use of a mixed approach was required because quantitative and qualitative data have been used; The theoretical methods were the analytic - synthetic, the historical. Logical and deductive inductive; Within empirical observation. The tools and methods of data collection used were direct observation, the survey and the interview The results obtained through the surveys carried out to the tourists shows the great potential of the river tours, concluding that a plan of Tourism promotion to enhance this activity, said plan has strategies marked by written advertising and development in its own social networks to show a little more of the canton Nobol and thereby increase tourism by promoting economic income to improve the quality of life of those who They play them.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CARÁTULA</b> .....	I
<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b> .....	II
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	III
<b>CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA</b> .....	IV
<b>ACTA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	V
<b>CERTIFICA</b> .....	V
<b>CERTIFICADO DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	VI
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORÍA</b> .....	VII
<b>CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA</b> .....	VIII
<b>DEDICATORIA</b> .....	IX
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	X
<b>RESUMEN</b> .....	XI
<b>ABSTRACT</b> .....	XII
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	XIII
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	XVIII
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1

<b>EL PROBLEMA</b> .....	1
1.1 Planteamiento del problema. ....	1
1.2. Ubicación del problema en su contexto. ....	2
1.4. Alcance .....	3
1.5. Relevancia social.....	3
1.6. Evaluación del problema .....	4
1.7. Formulación del problema de investigación.....	5
1.8. Objetivo general.....	5
1.9. Objetivos específicos.....	5
1.10. Justificación .....	5
1.11. Idea a defender.....	6
1.12 Objeto y campo.....	6
<b>1.13 Tareas de la investigación</b> .....	6
<b>CAPÍTULO II</b> .....	7
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	7
2.1 Fundamentación histórica.....	7
2.2 Fundamentación teórica .....	9
2.2.2 Características de los servicios .....	10

	XV
2.2.4 El plan de promoción turística.....	12
2.2.4.1 El producto turístico .....	13
2.2.4.2 Elementos del plan de promoción.....	14
2.2.4.2 El diseño de la estrategia de promoción .....	15
2.3 Fundamentación epistemológica .....	17
2.4 Fundamentación legal.....	18
2.5 Definición de términos .....	20
CAPÍTULO III .....	24
METODOLOGÍA.....	24
3.1 Diseño de la investigación .....	24
3.2. Tipos de investigación .....	24
3.3. Métodos de la investigación.....	25
3.3 Software utilizado.....	26
3.4 Técnicas e instrumentos la investigación.....	26
3.5 Población .....	27
CAPÍTULO IV .....	30
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	30
4.1 Análisis del registro de observación.....	30

4.2 Análisis de las encuestas dirigida a los turistas .....	35
4.3 Análisis de la entrevista .....	45
CAPÍTULO V .....	46
PROPUESTA .....	46
5.1 Introducción .....	46
5.2 Justificación de la propuesta.....	46
5.2.1 Económica .....	46
5.2.2 Turística.....	47
5.2.3 Social .....	47
5.3 Análisis FODA .....	48
5.3.1 Estrategias.....	49
5.4 Detalle de actividades a realizar .....	50
5.5 Estrategia de precio .....	54
5.6 Estrategia de plaza .....	54
5.7 Estrategia de promoción .....	55
5.7.1 Redes sociales.....	55
5.7.2 Pagina de facebook .....	56
5.7.3 Pagina de Instagram.....	57

5.7.4 Folleteria.....	58
5.7.5 Logo.....	59
5.7.6 Eslogan.....	59
5.7.7 Vestimenta de los canoeros.....	60
5.8 Presupuesto.....	61
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES .....	63
Bibliografía .....	64
ANEXO.....	67

## INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país turísticamente rico lleno de paisajes asombrosos y costumbres extraordinarias, diversas etnias además de un gran sentimiento religioso. en la provincia del guayas se encuentra situado el cantón Nobol tierra de la Santa Narcisa de Jesús. La investigación realizada en este cantón tiene como objetivo “Analizar los servicios turísticos fluviales para el desarrollo de un plan de promoción”.

La estructura del capítulo I está conformada por el problema en contexto de investigación. En este capítulo se analiza las causas del porque no se desarrolla debidamente el turismo en el cantón Nobol cuando en la actualidad cuenta con grandes potenciales turísticos entre ellos los paseos fluviales, el alcance y relevancia social que puede tener en su crecimiento se debe al objetivo general y específicos a desarrollarse, el objeto de estudio vinculados a los servicio turísticos fluviales los cuales se buscan desarrollar en un campo de estudio importante para su crecimiento como lo es el diseño de un plan de promoción desarrollando así el capítulo inicial de esta investigación.

El desarrollo del capítulo II establecido como Marco Teórico; en este capítulo es donde se estructura las bases de la investigación porque como su nombre lo dice vincula las teorías de estudio y las definiciones dirigidas a sustentar la investigación, el aspecto legal es una pieza importante dentro del engranaje del mismo porque permite elaborar la investigación basada en el margen de la ley que estipula la constitución del Ecuador.

El capítulo III está enfocado al diseño de la investigación pero enmarcados en los distintos tipos de investigación como el bibliográfico, de campo y descriptivo; el desarrollo de la investigación tiene carácter cuantitativo y cualitativo, así como también demuestra las técnicas y herramientas utilizadas como fichas de observación, encuestas y

entrevistas que fueron implementadas para la recolección de datos que se dieron mediante la ejecución de los paseos fluviales.

El capítulo IV muestra el análisis de los resultados obtenidos y la descripción de los mismos. Las fichas de observación son las primeras en utilizarse por que mediante esta herramientas de investigación permite visualizar los problemas que ocurren diariamente, las encuestas realizadas a los turistas y la entrevista realizada al presidente de la asociación de canoeros permite la culminación de este capítulo donde se demuestran resultados importantes para el desarrollo de los paseos fluviales.

El capítulo V está vinculado directamente con la propuesta, para la elaboración de un plan de promoción que permita incrementar la afluencia de turistas que visiten el cantón Nobol y hagan uso específico de los paseos fluviales, la ejecución de este plan de promoción se verán vinculados costos que vayan de la mano con un financiamiento justo por parte de los canoeros que prestan el servicio.

Para culminar la investigación está el capítulo VI el cual se encuentra estructurado con las conclusiones y recomendaciones que benefician al desarrollo sostenible de los paseos fluviales del cantón Nobol.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del problema.**

El turismo del cantón Nobol en la actualidad se encuentra vinculado a los temas religiosos y gastronómicos, dejando de lado otras actividades turísticas que poseen gran potencial, pero que no son explotadas de manera correcta debido a su poca promoción turística para estas actividades, este es el caso de los paseos fluviales que se brindan de manera empírica en el malecón de dicho cantón.

Los paseos fluviales que se realizan en la actualidad son un gran servicio que se ofrecen a los turistas que visitan este lugar, las falencias que tiene este servicio son la escasa inversión, inseguridad, poca capacitación de los canoeros y la mínima socialización del servicio todo esto se da al no ser regulados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Nobol.

Al analizar la situación turística de esta actividad que cuenta con grandes virtudes, se podrá elaborar un plan de mejoras que ayude al crecimiento de los paseos fluviales, se busca aportar al desarrollo turístico del cantón Nobol para incrementar su afluencia turística y con ello brindar mejor calidad de vida a las personas que ofrecen los servicios de los paseos fluviales que en la actualidad ven al turismo como una opción de trabajo y crecimiento empresarial.

## **1.2. Ubicación del problema en su contexto.**

El cantón Nobol se encuentra ubicado en la provincia del Guayas siendo parte de la zona 5 de planificación territorial del Ecuador, cuenta con una parroquia además representa el 0.9% del territorio total de la provincia del Guayas cuenta con una población de 19.6 mil habitantes las cuales están divididas en Urbana 42.1%, Rural 57.9%, Mujeres 49.7% y Hombres el 50.3% ((INEC), 2010)

Este cantón tiene como límites Al Norte, con el cantón Daule, al Sur, con Guayaquil, al Este con Daule y Guayaquil y al Oeste con Isidro Ayora y Lomas de Sargentillo, su cabecera cantonal se encuentra a 35 m de Guayaquil.

La afluencia de turistas se centra directamente al ámbito religioso pero los paseos fluviales cuentan con un gran potencial los cuales son desarrollados desde el Malecón a la altura del Santuario de Narcisca de Jesús, el cual se extiende durante 30 minutos recorriendo parte del río Daule visualizando la flora y fauna de sus alrededores para culminar en la hacienda donde habitaba la beata. Los paseos fluviales tienen un gran potencial turístico pero en la actualidad se necesita mejorar en muchos aspectos para sociabilizarlo adecuadamente y darlo a conocer a los turistas que visitan el cantón.

## **1.3. Situación en conflicto**

El cantón Nobol cuenta con grandes recursos turísticos además del religioso que es su principal atractivo, sin embargo se presenta la opción de los paseos fluviales en el río Daule, pero con la conflictiva disputa de ideales entre servidores públicos, canoeros y demás colaboradores se impide su adecuada inserción en el desarrollo turístico del cantón.

Existe una asociación de canoeros que cuenta con un presidente o representante pero sin embargo no es suficiente para potenciar esta

actividad ya que la poca existencia de infraestructura como un puerto de embarcación, contribuye a la inseguridad, a estos se le adiciona la escasa utilización de instrumentos de salvataje como chalecos salvavidas y adaptaciones en las embarcaciones para mejor seguridad de sus usuarios.

Para brindar correctamente este servicio se evidencia la necesidad de contar con capacitaciones a los canoeros y la inserción de guías turísticos en las embarcaciones, pero lastimosamente no se cuenta con ello, inconveniente que no está superado por cuanto el servicio de los paseos fluviales no se encuentran regulados por el departamento de turismo del cantón.

Las irregularidades que se dan en cuanto al manejo de los recursos turístico en sus recorridos crea una interrogante del porque no hay ese acercamiento entre canoeros y municipio para mejorar e impulsar este servicio turístico dentro del cantón Nobol.

#### **1.4. Alcance**

A corto plazo se visionan los paseos fluviales ya fortalecidos mediante alianzas estratégicas con operadoras turísticas, agencias de viajes e instituciones educativas que aportaran al crecimiento del turismo en Nobol y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

A largo plazo este servicio fortalecerá el turismo e incrementará el número de visitantes que buscan realizar otro tipo de turismo dentro de Nobol, al incrementando el turismo dentro del cantón, brindando una nueva opción turística para sus visitantes y con ello mejorar la calidad de vida de los canoeros que ofrecen este servicio.

#### **1.5. Relevancia social**

La afluencia turística en actualidad del cantón Nobol está incrementando de forma satisfactoria, los visitantes buscan opciones

nuevas para hacer turismo dentro del cantón es por eso que los paseos fluviales cumplen un papel importante, esta actividad ofrece al turista una nueva experiencia y una manera distinta de compartir con la naturaleza porque en el recorrido visualizan diversas formas de vida animal sin dejar de lado su productiva vegetación.

Los paseos fluviales tienen una gran acogida por parte de los turistas, esta aceptación representa un beneficio importante para los canoeros que ofrecen este servicio porque de esta forma sabrán que en Nobol se ofrece una actividad fluvial con características espectaculares, la masiva afluencia de turistas permitirá mejorar la calidad de vida de los canoeros, además se creara fuentes de trabajo para los habitantes del sector y mejorara el aspecto socio económico desarrollando una nueva actividad turística dentro del cantón Nobol.

#### **1.6. Evaluación del problema**

Analizar el sistema turístico del cantón Nobol es factible para mejorar el servicio de los paseos fluviales que se ofrecen a los turistas y con ello poder identificar como están determinados los puntos del recorrido con sus potenciales atractivos que no son explotados de forma adecuada.

Este análisis es de gran utilidad por que al identificar las falencias del servicio se podrá potenciar de forma adecuada tomando como punto de partida la implementación de boleterías para así poder captar más turistas y obtener un buena impresión del servicio brindado.

La investigación es conveniente porque al desarrollar un plan de mejoras de los paseos fluviales se lograra incrementar la afluencia de turistas obteniendo más ingresos económicos para sus habitantes y mejorando la calidad de vida de los canoeros que aportan al crecimiento turístico del cantón Nobol.

### **1.7. Formulación del problema de investigación**

¿De qué manera un plan de calidad permitirá potencializar el servicio turístico de los paseos fluviales del cantón Nobol?

### **1.8. Objetivo general**

Analizar los servicios turísticos fluviales del cantón Nobol para el desarrollo de un plan de calidad

### **1.9. Objetivos específicos**

- Identificar la situación turística actual de los paseos fluviales.
- Determinar la calidad el servicio turístico ofrecido a los turistas en los paseos fluviales.
- Determinar los medios mediante los cuales prefieren obtener información del mercado objetivo.
- Proponer el diseño de un plan de calidad para mejorar el servicio turístico fluvial

### **1.10. Justificación**

La investigación tiene como propósito potenciar los paseos fluviales permitiendo tener una opción más para los turistas, el impulso socio-económico para los habitantes del sector busca mejorar su calidad de vida, además de contribuir con el turismo como otra fuente de ingreso que no sea el turismo religioso.

Los paseos fluviales cuentan con un gran potencial turístico, pero el crecimiento del mismo se conseguirá con la elaboración de un plan de mejoras turística, el cual masificará el ingreso de turistas que buscan en los paseos fluviales un momento de relajamiento y de contacto con la naturaleza que ofrece el cantón Nobol.

Para obtener los resultados esperados de todo lo mencionado anteriormente se utilizara los métodos adecuados de investigación como visitas de campo, entrevistas y encuestas con el fin de recopilar información confiable para obtener los resultados esperados y poder ejecutar lo planteado en esta investigación.

#### **1.11. Idea a defender**

Con el diseño de un plan de calidad turística se contribuirá a potencializar la actividad fluvial del cantón Nobol.

#### **1.12 Objeto y campo**

**Objeto:** Servicios Turísticos fluviales

**Campo:** Plan de Promoción Turística

#### **1.13 Tareas de la investigación**

¿Porque el Cantón Nobol busca fortalecer otras actividades turísticas y solo se dedica al turismo religioso?

¿Cuál será la importancia que tiene los servicios turísticos fluviales para el cantón Nobol?

¿Porque los Paseos Fluviales no se han desarrollado como producto turístico en el Cantón Nobol?

¿Qué relevancia tiene la implementación de un plan de promoción turístico para los paseos fluviales desarrollados en el Cantón Nobol?

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Fundamentación histórica**

Benitez, (2002) Antes de referirnos a los paseos fluviales y el cantón Nobol en sí, hay que conocer cómo fueron sus inicios, su crecimiento turístico y su continuo desarrollo cantonal. Hace 10 años aproximadamente cuando se dio la separación de Daule y se encamino junto con sus parroquias rurales, comunas y 8 recintos que lo conforman se paso a celebrar su cantonización el 7 de agosto de 1992 gracias al esfuerzo de habitantes y autoridades en su momento y luego de haber pertenecido cerca de 90 años a Daule fue declarado como el cantón más joven de la provincia del Guayas.

Samaniego, (2011) Según el Historiador José Antonio Gómez Iturralde indica que el primer balneario de Guayaquil era donde actualmente se encuentra el Barrio las Peñas, a lo largo del rio Guayas el ir y venir de lanchas, canoas y buques fue de gran importancia en el año 1884, pero se debe tener en cuenta que el punto de desarrollo comercial mas importantese daba donde actualmente se encuentra ubicado el Malecón Simón Bolívar. Los montubios que venían del campo a adquirir los productor comercializados aprovechaban para realizar turismo por la ciudad, pero el historiador hace énfasis en lo importante que era tener habilitado los canales de acceso fluvial en aquella época, en la actualidad pese a la sedimentación de los ríos Daule y Babahoyo que conforman el Guayas indica que aún es navegable así lo explica durante un estudio el Director de Seguridad Marítima de la Dirección Nacional de los Espacios Acuáticos ( DIRNEA).

Tavor, (2001) El transporte náutico hasta el año 1960 aproximadamente era utilizado a lo largo de todo su litoral, los ríos y los esteros venían siendo su principal ruta de desarrollo en aquellos años. En

1985 el Ing. León Febres Cordero presidente del Ecuador en aquel momento realizo varias obras importantes para Guayaquil, uno de los proyectos importantes para el presidente en ese momento fue desarrollar el transporte fluvial así que organizo la Unidad Ejecutora del Transporte Masivo la cual llamo a concurso internacional de consultoría para desarrollar el transporte náutico, en 1988 se entregaron planos, estudios, documentos de contratos y todo lo que se necesitara para que se ejecutara una licitación para la construcción de terminales náuticas en puntos estratégicos de la ciudad al igual de lo necesario para adquirir 8 embarcaciones con los detalles en tamaños, tonelajes y nudos de velocidad de las mismas para su perfecto desarrollo al transportar a cerca de 200.000 pasajeros diarios, pero todo este gran proyecto no se ejecuto desafortunadamente por presiones políticas y así terminaron acabando con la Unidad Ejecutora y el proyecto termino pasando al MOP.

David S. T., (2015)El servicio turístico fluvial que se desarrolla actualmente promovido por el Ministerio de Turismo busca recuperar y rescatar la tradición fluvial de la provincia del Guayas por lo cual ha desarrollado un proyecto que permita a los turistas llegar a cualquiera de los puntos turísticos a bordo de lanchas debidamente equipadas para visitar la Ecoaldea Isla Santay o el Malecón pero también pueden continuar su viaje hasta el Parque Histórico para así culminar la travesía estos dos puntos son principales atractivos del proyecto Turismo en el Golfo.

Para el Lcdo. Ronny León(2016) Director del Departamento de Turismo de Nobol, indica que el crecimiento turístico que ha tenido el cantón es satisfactorio ya que a medida que pasa el tiempo los servicios ofrecidos a los turista mejora a paso agigantados ya que el prestador de servicio está perdiendo el miedo de ofrecer un buen servicio, la gran parte de los noboleños emprenden algún tipo de negocio gastronómico el cual ha venido siendo el de mayor aceptación para los visitantes, pero gracias a los incentivos generados por los colaboradores que hacen parte del

departamento de turismo buscan emprender actividades vinculadas al turismo y es así como surge la Asociación de Canoeros de Nobol los cuales brindan servicios turísticos fluviales por la riveras del rio Daule que cursa el cantón.

## **2.2 Fundamentación teórica**

### **2.2.1 Conceptualización de los Servicios**

Amstrong & Philip, (2013) señalan que los servicios “*son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta, que son esencialmente intangibles y que no dan como resultado la propiedad de algo*”, es decir que consiste en la propiedad de algo que satisface una necesidad.

Para Boullón (2006) el servicio puede ser caracterizado como un bien ya que conforma la oferta turística y dicha oferta conlleva al fin del camino el cual es otorgar un producto turístico de calidad, pero que a la vez no son los únicos ni los más importante componentes ya que en realidad un servicio es simplemente un medio para captar al consumidor esto se establece desde el punto de vista económico.

Por otra parte para Hoffman & G. Bateson, (2011) los servicios lo establecen de la siguiente manera:

Debemos reconocer que la distinción entre bienes y servicios no siempre es perfectamente clara. De hecho, puede ser muy difícil, si no es que imposible, proporcionar un ejemplo de un bien o de un servicio puros. Un bien puro implicaría que los beneficios recibidos por el consumidor no contienen elementos proporcionados por el servicio. De manera similar, un servicio puro no contendría elementos tangibles. (pp 4)

## 2.2.2 Características de los servicios

Los servicios desde los aspectos conceptuales, se desprende que poseen características, que lo hacen únicos, y desde la perspectiva de varios autores, estas guardan cierta similitud, como se puede observar en la tabla 1, para Gary Armstrong y Philip Kotler, los servicios están caracterizados por la intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad, en tanto que Edison Duque Oliva, excluye a la última.

Tabla 1

**Cuadro comparativo de las Características de los Servicios**

<b>Características de los servicios</b>	Gary Armstrong y Philip Kotler Libro Fundamentos de Marketing	Edison Duque Oliva / Revista Innovar "Ciencias administrativas y sociales"
<b>Intangibilidad</b>	Los servicios no pueden ser vistos, tocados, degustados, escuchados ni olidos antes de su compra	La mayoría de los servicios son intangibles. No son objetos, más bien son resultados.
<b>Inseparabilidad</b>	Los servicios no pueden ser separados de sus proveedores	En muchos servicios, la producción y el consumo son indisociables. En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios.
<b>Variabilidad</b>	La calidad de los servicios depende de quién los provee y dónde, cuándo y cómo	Los servicios son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día.
<b>Caducidad</b>	Los servicios no pueden ser almacenados para su utilización o venta	

**Fuente 1:** Tomado a partir los autores Gary Armstrong y Philip Kotler (2013) y Edison Duque Oliva (2005)

### **2.2.3 Los Servicios Turísticos**

Los servicios turísticos según Boullón (2006) no solamente son inmateriales ni intangibles, uno de los aspectos fundamentales para establecer si el producto turístico es o no, una cosa concreta, esta dado al observar que si bien un servicio no es materia, en el sector turístico el servicios esta articulado a recursos materiales que van a complementar la atención al turista. El autor establece como ejemplo que si en un restaurante la mantelería o las mesas se encuentra sucias o en mal estado, esto va a repercutir en el servicio, por tanto se encuentran articulados.

Sin embargo desde el punto de vista de Váldez Peláez & Ruiz Vega, (1996) los servicios turísticos están dados por el *“Conjunto de componentes capaces de satisfacer las motivaciones y expectativas de un segmento de mercado determinado”*. (pp. 87)

Los Servicios Turísticos, desde el punto de vista de Quiñones (2009), están estrechamente vinculados con la actividad turística:

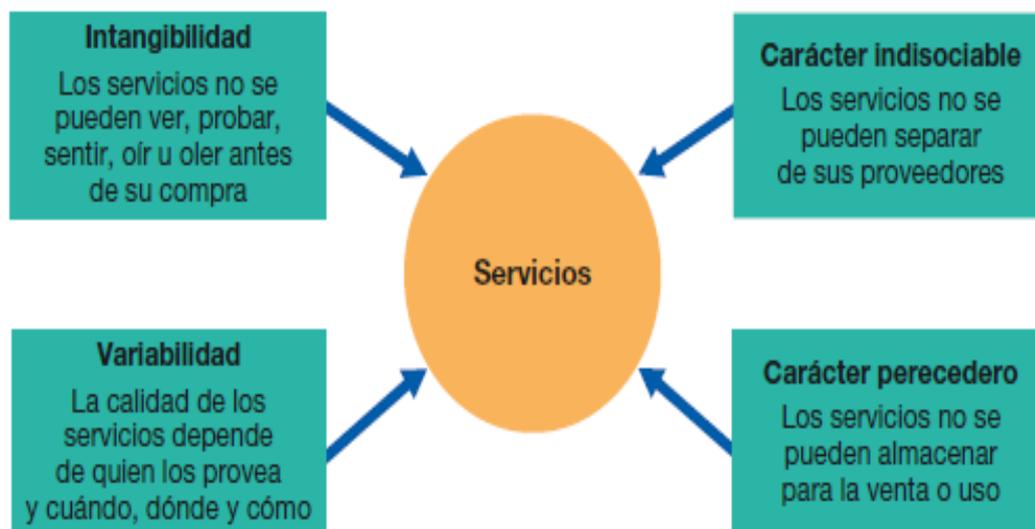
...en las cuales se está realizando actuaciones tendentes a procurar el descubrimiento, conservación, promoción, conocimiento y disfrute de los servicios turísticos que satisfagan las necesidades del turista y tengan como resultado el acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos. (pp. 21)

#### **2.2.3.1 Características los Servicios Turísticos**

Los servicios turísticos poseen características importantes que le dan la jerarquía correspondiente al momento de ser ofrecidos a los turistas es por ello que Philip Kotler en la figura 1 define cada una de ellas para una mayor comprensión.

**Figura2**

**Características de los Servicios Turísticos**



**Fuente:** Tomado de Philip, (2011)

#### **2.2.4 El plan de promoción turística**

El trabajo, busca el desarrollo de una estrategia de promoción turística del objeto de estudio. Para Quiñonez, (2009) esta acción “se relaciona con actividades de promoción de la imagen de un determinado destino turístico, con sus productos y servicios, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo especializado ejecutado por diferentes actores de la actividad turística.” (pp. 20)

Armstrong & Kotler, (2013) lo enfocan como promoción de ventas, dado que la actividad turística se rige y mide por la comercialización de destinos a través de productos turísticos, señalan que:

Que incluye una amplia variedad de herramientas cupones, concursos, descuentos, obsequios y otros todos los cuales tienen muchas cualidades únicas. Atraen la atención del consumidor, ofrecen fuertes incentivos de compra y pueden utilizarse para realzar ofertas de producto y aumentar las ventas que caen.

Las promociones de ventas invitan y recompensan una respuesta rápida. Mientras la publicidad dice, “Compre nuestro producto”, la promoción de ventas dice, “Cómprelo ya”. Sin embargo, los efectos de la promoción de ventas a menudo son de vida corta y a menudo no son tan efectivos como la publicidad o la venta personal para forjar relaciones con los clientes y preferencia de marca de largo plazo.

Para Philip Kotler (2011) la promoción es una de las cuatro variables importantes que tiene el marketing mix, adicionales al precio, producto y la comercialización o plaza, conocidas por las cuatro P. “...*la promoción turística hace referencia a las actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes objetivos para que lo adquieran.*” (pp. 90)

#### **2.2.4.1 El producto turístico**

La promoción de un destino está articulada al desarrollo de productos que permiten su comercialización. Los productos turísticos están dados por destinos que son combinaciones de servicios e infraestructura turística así como recursos públicos. Todos esos elementos se incorporan en una marca base bajo el nombre de destino. (Bigne, Font, & Andreu, 2000). La integridad de estos elementos respalda el concepto de destino que conlleva “...*que el producto turístico para cada potencial turista sea muy subjetivo y dependa en gran medida de su imagen y expectativas del lugar.* (pp. 42)

Kotler, (2011) asegura que un producto depende del enfoque que se le quiera dar: turístico o empresarial. Señala además que los clientes “...*preferirán un producto de mayor calidad, rendimiento y sobre todo que tenga características innovadoras. La calidad del producto y la mejora como tal depende mucho de las estrategias de marketing que se empleen para captar la atención del consumidor.*” (pp. 21)

Armstrong & Kotler, (2013) explica que los productos incluyen objetos físicos, servicios y lugares. Para crucero por el Caribe, una rica parrillada o un recorrido turístico en París sin duda todos ellos son vistos como un producto aunque de forma distinta siguen siendo lo mismo y es por ello que se define como “...*cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado, que pueda recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido, y que pueda satisfacer una necesidad o deseo.*” (pp.196)

#### **2.2.4.2 Elementos del plan de promoción**

Tellis & Redondo, (2002) explican que la promociones se encuentran por todos lados y se presentan de distintas formas ya sean mediante precios, regalos, cupones de descuentos y un sin número de estímulos que pretenden hacer más vistoso un producto es que se debe resaltar dos elementos importantes

“...Un elemento clave en la definición es el **límite de tiempo**. Las promociones generalmente se mantienen durante un plazo bien definido que se anuncia a los consumidores. Los cupones poseen fecha de caducidad, los regalos prevén un plazo de entrega y los reembolsos tienen un periodo máximo de envío. Por esta razón, las rebajas indefinidas o los premios permanentes no son considerados como promociones de ventas. El segundo elemento clave de la definición radica en la **participación del destinatario**. Generalmente las promociones requieren que los consumidores participen usando el cupón, recogiendo el regalo, probando la muestra o comprando el producto antes de una fecha determinada.” (pp. 277)

Equipo,( 2006) toda empresa sin importar su tamaño o función en la que se desarrolle precisa elaborar un plan de promoción pero dicho plan debe cumplir con un procedimiento estructurado y sistemático, que plantee objetivos concretos para alcanzarlos de forma satisfactoria, es por

ellos que se debe cumplir con los siguientes elementos “...el reconocimiento de la necesidad en acción, la investigación, la información y el análisis de los datos disponibles, la propuesta de acción y decisión.”(pp. 13)

Diaz, (1994) indica que el marketing mix también conocido como plan de promoción se fundamenta que existen elementos básicos que una empresa pueda gestionar para lograr que su oferta sea aceptada y comprada por sus mercados estos elementos son Producto o Servicio , precio, distribución o plaza y comunicación o promoción para una empresa tenga éxito es absolutamente necesario que exista la debida coherencia entre los elementos antes mencionados. (pp. 20)

#### **2.2.4.2 El diseño de la estrategia de promoción**

Tellis & Redondo, (2002) resaltan que las promociones suelen ser un último su eficacia siempre está supeditada a una adecuada planificación y diseño estratégico para su ejecución, por ejemplo.

*“...en Procter & Gamble el plan anual de promociones de detergentes está organizado en ciclos de dos meses, y las acciones previstas se van complementando en las diferentes etapas y marcas. Así, en el primer periodo Tide concede promociones a los distribuidores (promociones del fabricante), mientras que Cheer da cupones a los consumidores y Oxydol ofrece paquetes con precios especiales.”*

Este tipo de plan minimiza la competencia interna entre las marcas y atrae a los consumidores con diferentes hábitos de compra. Además, una buena planificación asegura que al menos una de las marcas de la empresa esté siempre en algún tipo de promoción, compitiendo con ofertas promocionales de las empresas rivales. (pp. 278)

Armstrong & Kotler (2013) enfatizan que para elaborar estrategias de promoción se debe tener muy en cuenta 4 puntos importantes que son la clave para una buena promoción.

“...dividir los mercados en grupos significativos de clientes (segmentación), elegir a qué grupos de cliente atender (mercado meta), crear ofertas de mercado que atiendan mejor a los clientes meta (diferenciación) y posicionar las ofertas en las mentes de los consumidores (posicionamiento)” En la actualidad existen variedades de promociones pero se debe identificar y sectorizar al mercado que se pueda atender mejor y que sea más rentable para la empresa obteniendo así un sentido de lealtad con el consumidor del servicio (pp. 164)

Ancín (2008) sugiere que las estrategias de promoción están compuestas de varias características importantes para dar a conocer un producto o servicio al cliente es por ello que José María Sainz de Vicuña Ancín nos demuestra en la figura 2 cada una de ellas para una mayor comprensión.

Figura 3

El plan de marketing en la práctica



Fuente: Tomado desde Ancín, (2008)

## 2.3 Fundamentación epistemológica

### Antropología y turismo

Cala, (2003) se enfoca que el turismo es un fenómeno social que en actualidad es influyente en varios aspectos para la sociedad ya que vincula varios factores como el descanso, ocio y negocios en los distintos destinos dejando grande reditos monetarios en el sector que se visite y esto va directamente relacionado en lo economico y psicologico de las personas e incluso naciones es por ello que señala:

“...aquella parte de la antropología social y cultural que estudia el ser humano de forma individual y social relacionado con las actividades culturales relacionadas con el turismo, entendida como cultura de ocio que presume la ruptura espacio-temporal respecto al mundo laboral , prestándose como una forma cultural alternativa, diferencial y complementaria, que constituye a la restauración psíquica...”

Guerrero, (1997) Establece que la antropología aplicada al turismo estaentendida como un instrumento practico del conocimiento, la cual

esta direccionada a estudiar la realidad social y el intercambio de culturas que se dan entre los dos actores que son turistas y comunidad receptora, por este motivo se señala lo siguiente..

“...el conocimiento antropológico al que hacemos referencia fue conceptualizado como la síntesis interpretativa acerca de los diversos procesos socio-culturales, con la intención de formular respuestas posibles sobre el origen, evolución, semejanzas, diferencias y cambios culturales implicados...”

Montaner, (1996) Define al turismo social como un fenómeno, el cual está ligado a las relaciones interpersonales como también a las transpersonales y a la comunicación humana por lo cual señala lo siguiente.

“...Turismo social es el conjunto de las relaciones y fenómenos sociales producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio por motivos no laborales, sino culturales, recreativos, de descanso, esparcimiento y de placer, y en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa...”

## **2.4 Fundamentación legal**

### **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

Artículo 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados...”

## Ley de turismo

La ley de Turismo como ente regulador de las actividades turísticas ejercidas en el país tiene parámetros establecidos para desarrollar dicha actividad de manera legal, es por ellos que en el capítulo I, Art. 3 literal “B” y “C” expone lo siguiente:

- “...b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas...”

El capítulo II de la Ley de Turismo habla que se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que habitualmente perciban una remuneración habitual por las siguientes actividades.

*“...Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito...”*

La Ley de Turismo faculta a las comunidades locales y organizadas de los distintos cantones del país para que puedan desarrollar actividades turísticas dentro del mismo, pero con los reglamentos establecidos en esta ley y lo indica en el segundo capítulo Art, 12 de la misma.

*“...Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar serviciosturísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios*

*y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos...”*

En la ley de turismo también se habla sobre la protección del turista es por ello que se toma como referencia el Art.14 donde indica que el empresario que brinde un servicio turístico es civilmente responsable de salvaguardar a los visitantes.

*“...Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio...”*

## **2.5Definición de términos**

### **Actividad Turística**

Abellán, (2001) Asegura que no es únicamente el manejo de su rentabilidad, es también la contemplación de factores como: la existencia de un espacio ordenado que cubra las necesidades, el mantenimiento de los símbolos patrimoniales del espacio turístico creado, el correcto uso de la dotación y organización espacial.

### **Bienes y servicios**

Boullon R. C., (2006) Los bienes ya se aclaró que éstos se comercializan a través del turismo, sin que exista ningún bien de consumo que se origine en un aparato productivo exclusivamente turístico. En cuanto a los servicios, efectivamente integran el producto turístico, pero no son los únicos ni los más importantes componentes, porque en realidad los servicios son un medio más que un fin.

## **Calidad**

Bouillon R. C., (2006) El concepto absoluto de calidad se puede implantar en los sistemas autoritarios en que una élite encasilla la realidad dentro de los esquemas de su dogma y, entre muchas otras cosas, decide para todos los demás qué patrones corresponden aplicar para separar lo bueno de lo malo y lo feo de lo bello.

## **Consumidor**

Boullón, Planificación de Espacios Turísticos, (2006) El turista real o consumidor potencial se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, en el consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje o que no son los obligados de alojamiento para el que viaja por su cuenta.

## **Destino turístico**

Kotler, Marketing Turístico, (2011) Se encuentra compuesto de las actividades que hacen una o varias de las siguientes cosas: ofrecer alojamiento, servicio de restauración y/o entretenimiento para el viajero.

## **Marketing mix**

Kotler, Marketing Turístico, (2011) Se trata del marketing mix al conjunto de herramientas de marketing utilizadas para implantar la estrategia de marketing. Las principales herramientas de marketing se clasifican en cuatro grupos, llamados las cuatro P: producto, precio, distribución y comunicación.

## **Mercados**

Philip, Marketing Turístico, (2011) Un mercado es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que se puede satisfacer mediante relaciones de intercambio.

## **Oferta Turística**

Boullon, (2006) Se entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado.

## **Posicionamiento**

Kotler, Marketing Turístico, (2011) El posicionamiento de un producto es la forma en que lo definen los consumidores respecto a los atributos importantes: el lugar que ocupa el producto en la mente de los consumidores con respecto a los productos con los que compete.

## **Publicidad**

Kotler, Marketing Turístico, (2011) Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios.

## **Precio**

Philip, Marketing Turístico, (2011) El precio es la cantidad de dinero cobrada por un producto o un servicio. Más apropiadamente, el precio es la suma de valores que los consumidores cambian por el beneficio de tener o utilizar un producto o un servicio.

## **Productos**

Philip, Marketing Turístico, (2011) Cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado, que pueda recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido, y que pueda satisfacer una necesidad o deseo. Los productos incluyen objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas.

### **Segmento de mercado**

Philip, Marketing Turístico, (2011) Es el proceso de división de un mercado en grupos independientes de compradores que tienen necesidades, características o conductas distintivas y que pueden requerir productos o programas de marketing independientes.

### **Servicio turístico**

Valdes Pelaes & Ruiz Vega, (1996) Conjunto de componentes capaces de satisfacer las motivaciones y expectativas de un segmento de mercado determinado.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de la investigación**

El desarrollo de esta investigación tiene un diseño mixto con una perspectiva cuantitativa y cualitativa. La manera cualitativa permitió el análisis y la descripción de los paseos fluviales implementados en el cantón Nobol, mientras que la manera cuantitativa procesó los datos de las encuestas realizadas a los turistas sobre el servicio turístico fluvial obteniendo resultados.

#### **3.2. Tipos de investigación**

##### **Bibliográfico**

La información obtenida mediante libros, artículos de periódicos, revistas e internet permite recopilar y analizar teorías validas sobre paseos fluviales, la cual permitirá evaluar el inconveniente que se presentan al ofrecer el servicio turístico fluvial desde distintos puntos de vistas de los autores. El compendio de conceptos sobre los paseos fluviales en el cantón Nobol permitirá elaborar una solución equitativa tanto para los turistas como para los servidores de los paseos y con ello brindar un mejor servicio.

##### **De campo**

La recolección de datos en lugar es de suma importancia debido a esto se puede observar la dificultad que tienen al ejercer de manera empírica los paseos fluviales y la posible solución al mismo. La observación directa permite recopilar información y analizar el comportamiento natural de los actores mientras brindan el servicio a los turistas.

## **Descriptivo**

Permite describir las características de las situaciones que se dan por no ser reconocida como actividad turística para los visitantes mediante la ejecución de los paseos fluviales que es el objeto de estudio, el contacto directo entre los distintos actores “turistas y canoeros”, el dar una solución es primordial para la ejecución de un plan de promoción el cual es el campo de estudio y la solución.

### **3.3. Métodos de la investigación**

#### **Histórico-Lógico**

Este método se desarrolla en el marco teórico porque se obtiene información relevante la cual es analizada determinando así aspectos históricos, teóricos sobre lo concerniente a los paseos fluviales desde sus inicios y su desarrollo mediante el pasar del tiempo, el desarrollo de dicha actividad influye en el crecimiento económico del cantón Nobol presentándose como una opción más de turismo vivencial.

#### **Analítico-Sintético**

El método en mención ayuda a analizar la información obtenida mediante las distintas herramientas de investigación sobre los paseos fluviales en el cantón Nobol. El análisis permitirá categorizar porque el servicio ofrecido no es reconocido como actividad turística por los visitantes y dar posibles soluciones para conseguir mayor realce a esta actividad y con ello fortalecer la economía de sus ejecutores.

#### **Inductivo-Deductivo**

Este método permitió realizar el análisis particular del problema que existe al ejecutar los paseos fluviales que tiene como consecuencia él no reconociendo de los visitantes, gracias a un compendio de criterios obtenidos mediante prácticas u observaciones

realizadas con los canoeros y habitantes de Nobol. La situación turística de esta actividad debe ser analizada mediante sus causas y efectos para con ello brindar una posible solución y permitir con esto un mejor desarrollo turístico dentro del Cantón Nobol.

### **3.1.2 Empíricos**

#### **Observación**

El método de la observación es importante porque permitió detectar las falencias y virtudes de los paseos fluviales mediante una visita de campo, este método ayudo a reunir información sobre los distintos acontecimientos que rodean el entorno de los paseos fluviales y a su comunidad.

### **3.3 Software utilizado**

Dentro de la ejecución de la investigación se utilizó Microsoft Office 2010 como principal recurso de la elaboración de la investigación con ellos distintas herramientas como Word, Excel y PowerPoint. Estas herramientas de procesos de datos permitieron elaborar cuadros gráficos y tablas permitiendo con ello una mejor visualización y comprensión de los resultados.

### **3.4 Técnicas e instrumentos la investigación**

#### **Observación directa:**

Esta técnica sirve para recolectar datos de forma directa la cual permitió conocer la forma de vida de los canoeros, como brindan un servicio a los turistas y la manera de ofrecer los paseos fluviales con sus fortalezas y debilidades.

El instrumento que se utilizó es una ficha de observación la cual es muy sencilla y está estructurada de la siguiente manera con los datos del

lugar donde se detallara la fecha de observación, hora de observación y descripción de lo observado.

### **Encuesta:**

La encuesta es una técnica de recopilación de datos que se utilizó para obtener información sobre aspectos a mejorar en los paseos fluviales, los turistas que han hecho uso del servicio, brindarán información concerniente a los resultados que se desea obtener para mejorar dicho servicio.

La ficha de encuesta está estructurada por 10 preguntas cerradas pero con varias opciones de respuesta las cuales serán de fácil comprensión para los turistas para con ellos obtener los resultados esperados.

### **Entrevista**

La entrevista se la realizó al Sr. Robín Tutiben representante y presidente de la Asociación de Canoeros San José del Cantón Nobol para poder obtener información fidedigna sobre la situación actual de los paseos fluviales, esta entrevista cuenta con preguntas abiertas que serán respondidas según el criterio del entrevistado antes mencionado.

### **3.5 Población**

La investigación está dirigida a la población del cantón Nobol, pero acentuando el interés en los colaboradores que ofrecen el servicio de paseos fluviales (Asociación de Canoeros San José de Nobol) los cuales buscan resaltar aún más su cantón mediante estos paseos, con el propósito de captar más la aceptación de los turistas se busca elaborar un plan de promoción para dirigir a los visitantes a ser partícipes de esta actividad turística distinta en el cantón.

Se debe considerar también a los turistas que ocasionalmente se involucran en el servicio fluvial, en tal virtud se requiere realizar un conteo de los usuarios de las canoas y de los paseos que se realizan normalmente los días viernes, sábados y domingos; para proyectarlos al año y aplicar la fórmula con características finitas.

### **3.6 Muestra**

Para obtener la muestra se aplica la fórmula finita, haciéndola probabilística considerando que vamos a hacer la aplicación de los instrumentos dentro de la muestra con características probabilísticas para brindar las mismas posibilidades a los visitantes debido a que todos los involucrados tengan la opción de ser incluidos en la muestra y obtener un beneficio en conjunto.

#### **Fórmula finita**

Datos:

n: Tamaño de la muestra.

N: Tamaño de la población. = 10400

P: Posibilidad de que ocurra un evento,  $p = 0,5$ .

Q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento,  $q = 0,5$ .

E: Error, se considera el 5%;  $E = (0.05)$ .

Z: Nivel de confianza, que para el 95%,  $z = 1,96$

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 10400}{0,05^2 (10400 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25 \times 10400}{0,0025 (10399) + 3,8416 \times 0,25}$$

$$n = \frac{0,9604 \times 10400}{25,9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9988,16}{26,9579}$$

$$n = 370$$

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 Análisis del registro de observación

Mediante la sé obtuvo la siguiente información.

**Figura 3**

Vía Principal (E 48) para llegar al Cantón Nobol

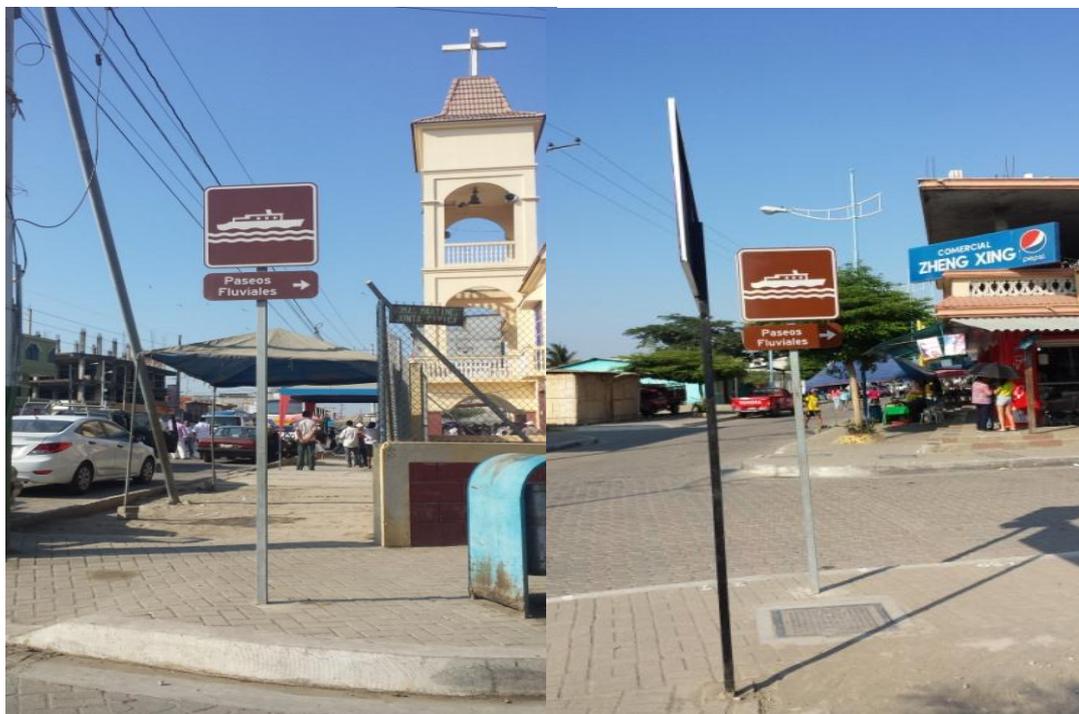


**Fuente:**Cantón Nobol (Autor)

Para llegar al Cantón Nobol se debe tomar la autopista E48 la cual se encuentra en perfecto estado y no presenta novedad alguna para los turistas porque cuenta con las Señaléticas correspondientes, tiempo del recorrido hasta este cantón desde la Terminal Terrestre de Guayaquil es de aproximadamente 1 hora, pero si se dirige en vehículo propio el tiempo de recorrido es de 30 minutos.

**Figura 4**

Señalización de los Paseos Fluviales en el Cantón Nobol



**Fuente:** Cantón Nobol (Autor)

Al ingresar al Cantón Nobol con destino a los paseos fluviales se debe girar a la derecha teniendo como referencia la Iglesia “Parroquia Santísima Trinidad y Perpetuo Socorro”, alrededor de ella se encuentra la señalización que dirigen al punto donde se ofrecen los paseos fluviales.

**Figura 5**  
**Mirador**



**Fuente:** Cantón Nobol (Autor)

Existe un Mirador donde en la parte inferior del mismo se encuentran locales comerciales y además es utilizado por los turistas y habitantes del sector, aquí pueden visualizar el río que cruza el cantón, además del recorrido que realizan los canoeros y regatas de botes que suelen ofrecer en fechas especiales.

**Figura 6**

Canoas equipadas para los paseos fluviales



**Fuente:** Cantón Nobol (Autor)

Las canoas donde se ofrecen los paseos fluviales son de gran tamaño donde su capacidad va desde 10 hasta 15 pasajeros, las embarcaciones cuentan con techos improvisados para proteger del sol, bancos que no se encuentran sujetos a las estructura de la canoa, los chalecos salvavidas de laguna manera brindan cierta seguridad pero muchas veces hay turistas que no desean utilizarlos.

**Figura 7**

Hacienda donde habitaba Narcisca de Jesús



**Fuente:** Cantón Nobol (Autor)

El recorrido tiene un tiempo aproximado de 30 minutos, el punto de partida es el malecón, en el trayecto se puede observar aves como garzas, patos cuervos, espacios de terrenos donde se cultivan distintos alimentos como arroz por citar una de ellos, el trayecto tiene una parada obligatoria que es la finca donde habito la Santa Narcisca de Jesús aquí el turista decide si desea quedarse a recorrer el lugar o retornar al punto de salida antes nombrado.

**Figura 8**



## 4.2 Análisis de las encuestas dirigida a los turistas

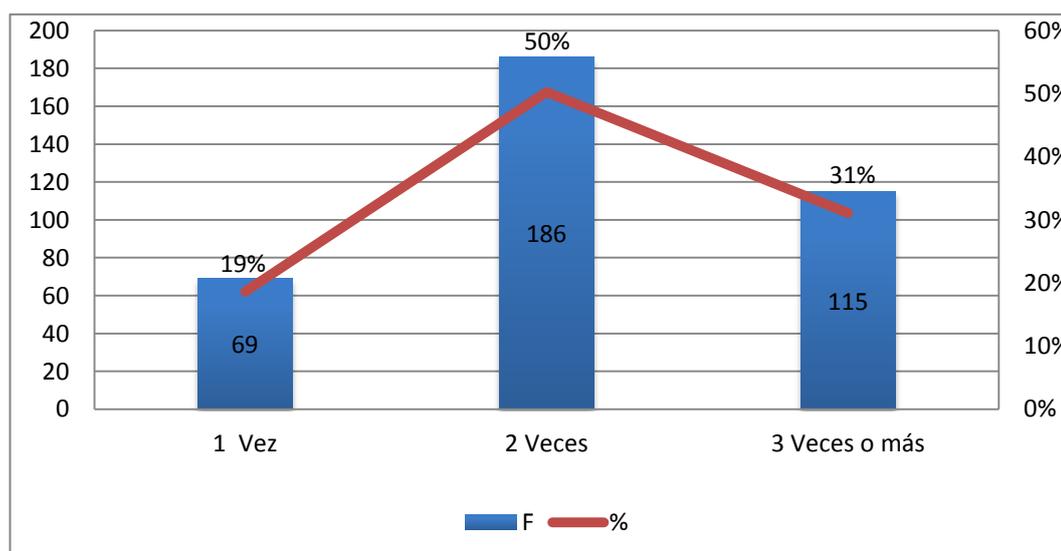
### Pregunta # 1

¿Cuántas veces al año visita usted el cantón Nobol?

Tabla 2

Visitas al año		
D	F	%
1 Vez	69	19%
2 Veces	186	50%
3 Veces o más	115	31%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 1



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

**Análisis:** Los resultados obtenidos indica que un 50% de los turistas visitan el Cantón Nobol 2 veces al año, pero el 31% de los visitantes llegan en 3 o más ocasiones según la situación y un porcentaje mínimo del 19% llegan una sola vez al año. Esto deja de cómo evidencia que el Cantón Nobol es un sitio muy concurrido por los turistas nacionales que llegan motivados por varios aspectos durante todo el año.

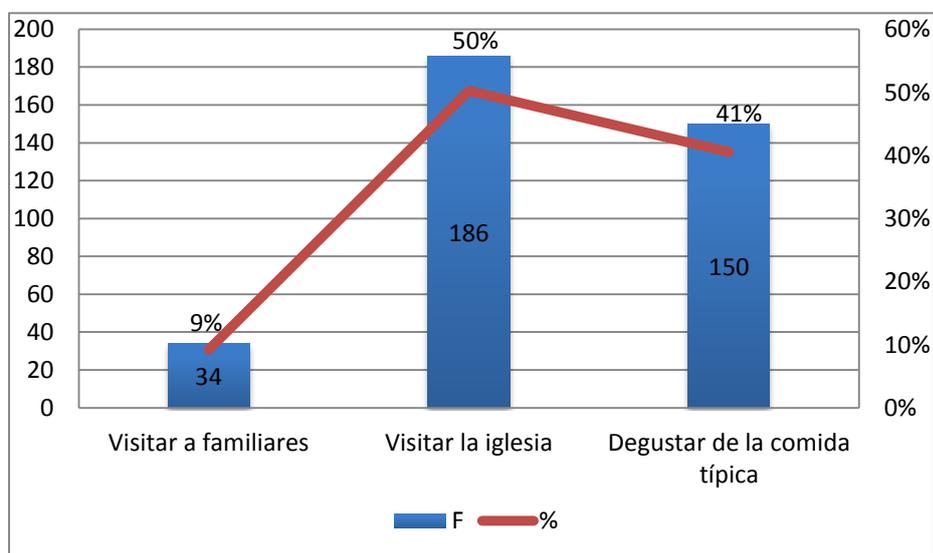
## Pregunta # 2

¿Por qué motivo visita el cantón Nobol?

Tabla 3

Motivo de visita		
D	F	%
Visitar a familiares	34	9%
Visitar la iglesia	186	50%
Degustar de la comida típica	150	41%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 2



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

**Análisis:** Los resultados indican que 50% de turistas llegan al cantón Nobol por motivos religiosos, el 41% se acercan tan solo para degustar de la comida típica y que un 9% llegan a visitar a familiares.

El análisis deja sentado un precedente que los visitantes conocen a este cantón mas por su acercamiento religioso con la Santa Narcisa de Jesús mas no por otros atractivos turísticos.

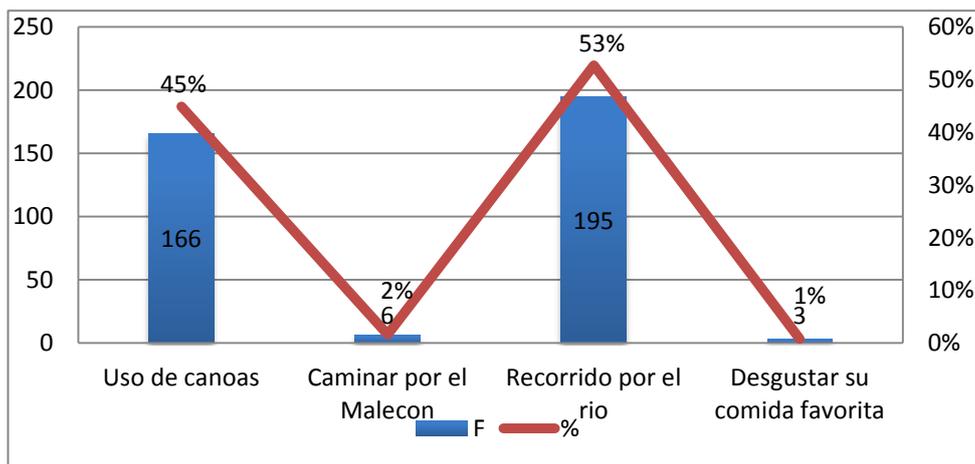
### Pregunta # 3

¿Cuáles de las siguientes características cree usted que tienen los paseos fluviales del cantón Nobol?

Tabla 4

Característica de los Paseos Fluviales		
D	F	%
Uso de canoas	166	45%
Caminar por el Malecón	6	2%
Recorrido por el río	195	53%
Degustar su comida favorita	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 3



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

**Análisis:** Los resultados obtenidos indican en porcentajes muy altos que los turistas saben sobre los paseos turísticos dado a que el 53% y el 45% conocen que los paseos fluviales tienen como características el uso de canoas para el recorrido en el río, pero como era de esperarse un porcentaje mínimo indican características diferentes a las antes mencionadas como degustar comida típica del sector u caminar por el Malecón de Nobol.

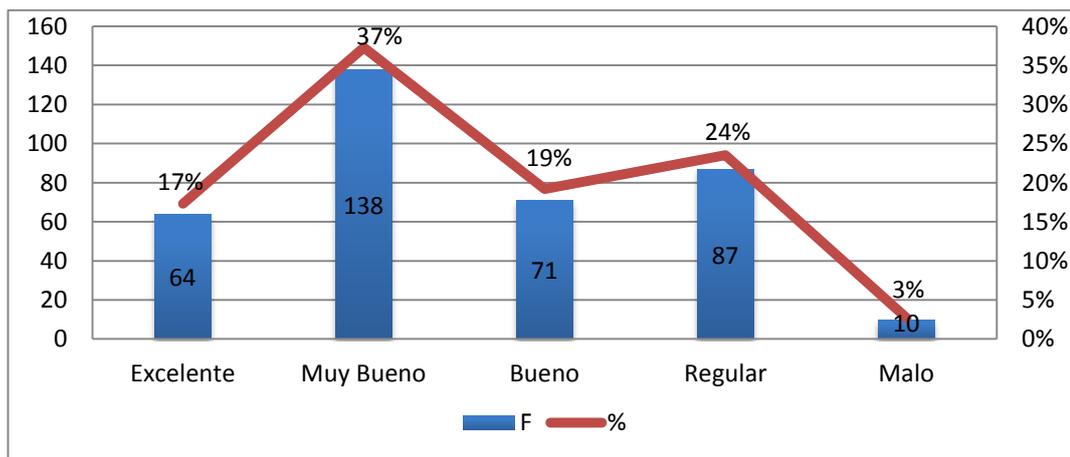
#### Pregunta # 4

¿De qué manera califica usted el servicio que le ofrecen en los paseos turísticos fluviales?

Tabla 5

Calificación de servicios ofrecidos		
D	F	%
Excelente	64	17%
Muy Bueno	138	37%
Bueno	71	19%
Regular	87	24%
Malo	10	3%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

El resultado en porcentaje obtenido de acuerdo a los turistas encuestados que realizaron los paseos fluviales indica en un 37% que son muy buenos, el 24% indica que son regular, el 19% que es bueno, el 17% que es excelente y tan solo un 3% indica que los paseos fluviales ofrecidos son malos. En base a estos resultados y un análisis realizado deja como conclusión que este servicio tiene un potencial grande pero se necesita de más organización para su desarrollo.

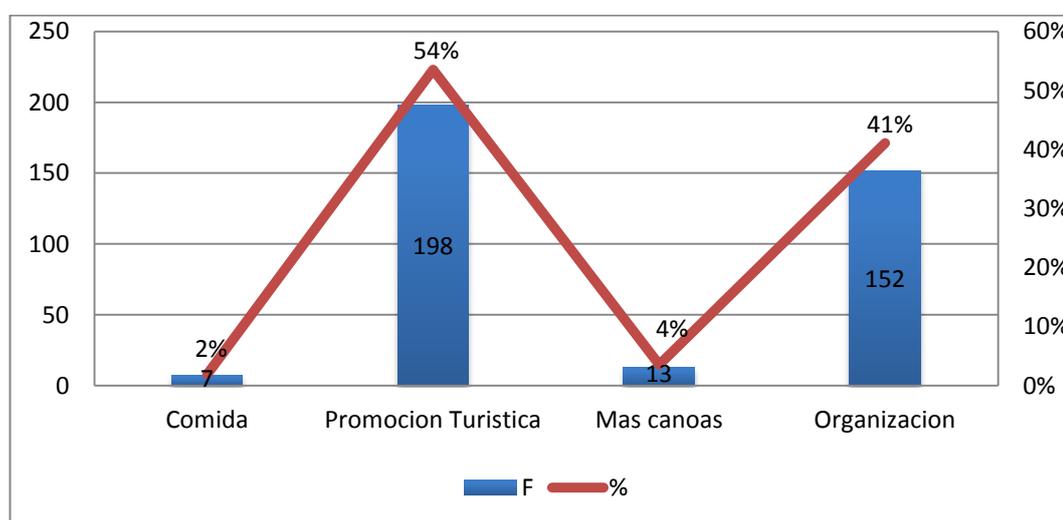
### Pregunta # 5

¿Cuáles son los servicios más importantes que requieren los paseos fluviales?

Tabla 6

Necesidades de los Paseos fluviales		
D	F	%
Comida	7	2%
Promoción Turística	198	54%
Mas canoas	13	4%
Organización	152	41%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 5



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

El resultado de la encuesta realizada a los turistas indica que un 54% y 41% es necesario promoción turística además de organización para realizar estos paseos, mientras un porcentaje mínimo el 2% y 4% indico que se necesitan más canoas o algo de comida. Un análisis global deje ver que la promoción es factor preponderante para el crecimiento de esta actividad turística dentro de cantón Nobol.

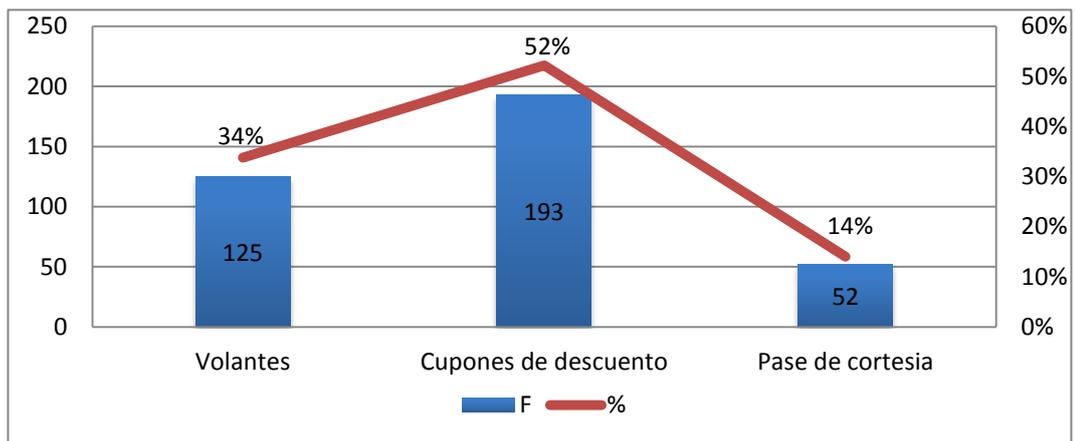
### Pregunta # 6

¿Cuáles de las siguientes estrategias de promoción cree usted que se debería utilizar para fomentar el crecimiento de los paseos fluviales?

Tabla 7

Estrategias de Promoción		
D	F	%
Volantes	125	34%
Cupones de descuento	193	52%
Pase de cortesía	52	14%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 6



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

Los resultados que se dieron en esta interrogante sobre qué tipo de herramientas de promoción se deben utilizar para incrementar el ingreso de turistas. Los cupones de descuento tienen un porcentaje del 52%, mientras que el uso de folletería como volantes ocupa un 34% y tan solo un 14% indica que sería una opción los pases de cortesía, esto deja como conclusión que los paseos fluviales son muy bien visto por los turistas, pero que también requieren de promoción para que su afluencia sea masiva.

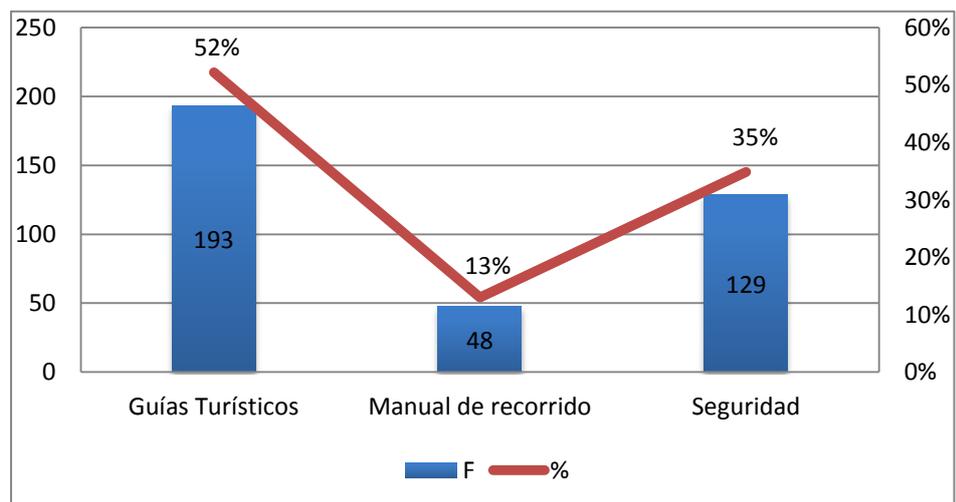
### Pregunta # 7

¿Cuáles de las siguientes particularidades deberían tener los paseos turísticos fluviales?

Tabla 8

Particularidades de los Paseos Fluviales		
D	F	%
Guías Turísticos	193	52%
Manual de recorrido	48	13%
Seguridad	129	35%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 7



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

Estos resultados establecen en mayoría que se debe utilizar un guía de turismo en cada una de las embarcaciones y ocupa el 52% en la tabla de porcentajes, el 35% corresponde al ámbito de la seguridad el cual se debe dar antes y durante el recorrido esto corresponde al uso obligatorio de chalecos salvavidas como adecuación en las embarcaciones, para culminar con el análisis el 13% indica que deben ofrecer un manual de recorrido.

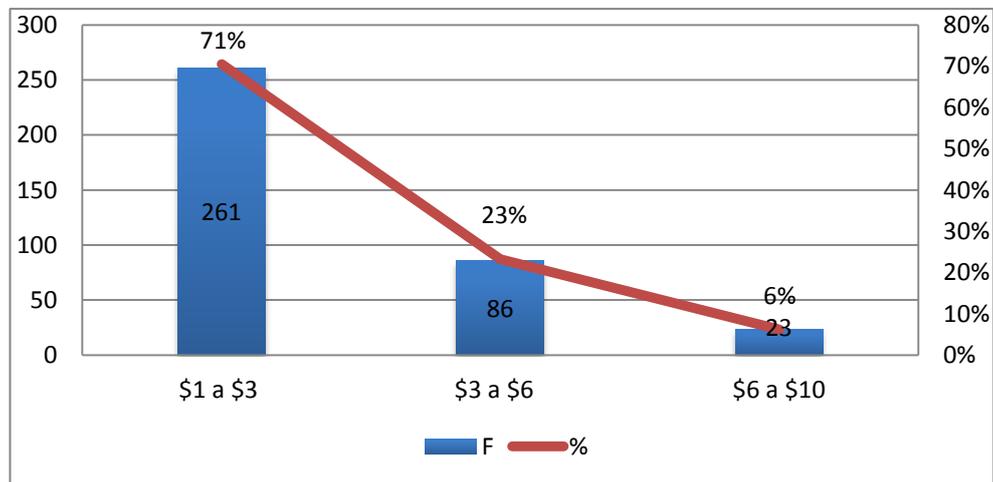
### Pregunta # 8

¿Cuánto pagaría usted por utilizar los paseos turísticos fluviales con las características antes mencionadas?

Tabla 9

Costo de los Paseos Fluviales		
D	F	%
\$1 a \$3	261	71%
\$3 a \$6	86	23%
\$6 a \$10	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 8



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

Sin duda los resultados de esta interrogante son muy notorios porque tiene como consecuencia que los turistas aspiran a pagar de 1 a 3 dólares máximo por este servicio ocupando así el 71%, un porcentaje del 23% indica que el valor puede ser de 3 a 6 dólares ofreciendo un plus en el recorrido y tan solo un 6% indico que estaría dispuesto a pagar de 6 a 10 dólares si los paseos cuentan con guía de turismo y más comodidad en las embarcaciones.

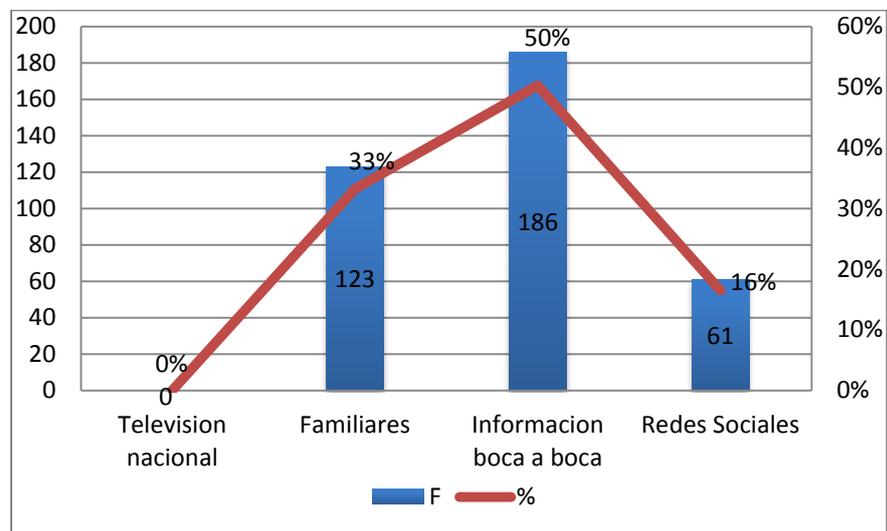
### Pregunta # 9

¿Por qué medio usted se enteró de los paseos turísticos fluviales?

Tabla 10

Como conoció los Paseos Fluviales		
D	F	%
Televisión nacional	0	0%
Familiares	123	33%
Información boca a boca	186	50%
Redes Sociales	61	16%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 9



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

Los resultados indican que el 50% de los turistas se enteraron de los paseos fluviales por personas que ya habían hecho uso de los mismos, el 33% por familiares, 16% por medios de fotos de sus amigos que usan redes sociales como facebook. Sin duda los paseos fluviales necesitan de más promoción y apoyo institucional por parte del municipio del Cantón Nobol.

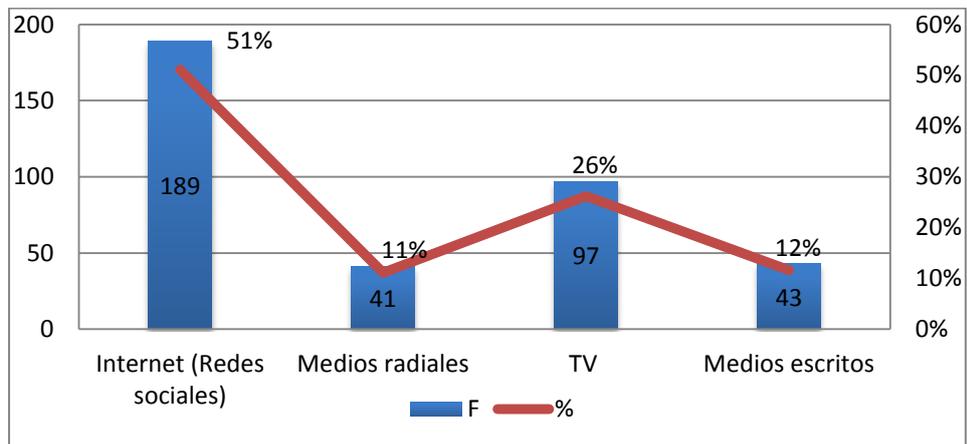
### Pregunta # 10

¿Por qué medio le gustaría obtener mas información sobre los paseos fluviales?

Tabla 11

Difusión de los Paseos Fluviales		
D	F	%
Internet (Redes sociales)	189	51%
Medios radiales	41	11%
TV	97	26%
Medios escritos	43	12%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Gráfico 10



**Fuente:** Encuestas a Turistas Cantón Nobol

**Elaborado:** (Autor)

Los resultados indican que los turistas les gustaría conocer más el servicio por medio de redes sociales los cuales ocupan el 51% de los indicadores en porcentaje, la televisión ocupa el 26%, los medios escritos como revistas y periódicos ocupan el 12%, para concluir el 11% se lo lleva la difusión por radio. El uso de redes sociales juega un rol preponderante en la promoción de distintas actividades y seguramente para los paseos fluviales seria de gran ayuda para que crezca sus visitantes y poder obtener más ingresos a futuro.

### **4.3 Análisis de la entrevista**

Mediante una entrevista dirigida al Sr. Robín Tutiben presidente de la Asociación de Canoeros San José del Cantón Nobol, de 50 años de edad, conocedor de todas situaciones que se dan alrededor de los paseos fluviales debido a su experiencia como operador de las embarcaciones donde se transportan a los turistas que hacen uso de los paseos fluviales.

Considera que el cantón Nobol debe fomentar otro tipo de actividades turísticas y no solo dedicarse al turismo religioso para con ello buscar hacer crecer de forma circunstancial otros puntos turísticos que si poseen en la actualidad pero lastimosamente se ven opacados por el realce que tiene el visitar al santuario de la Santa Narcisa de Jesús.

Sin duda la importancia de los paseos fluviales están marcadas por varios aspectos, el estar rodeado de la naturaleza, el recorrer de rio mientras lo transitas en las embarcaciones mas sin embargo no tiene ese realce que se quisiera tener, la promoción juega un papel importante dentro del impulso turístico que se quiere obtener para establecer los paseos fluviales como uno de los principales atractivos del cantón, pero esto debe ir cogido de la mano y el apoyo del departamento de turismo, el poder trabajar en conjunto llevaría a cantón a tener un plus mas en el ámbito turístico e incrementar la afluencia de visitantes.

Como punto importante, el desarrollar un plan promoción y hacer notar el potencial de estos paseos fluviales demostraría que el turismo es representativo e importante para el Ecuador.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Introducción**

El Cantón Nobol en la actualidad tiene un potencial turístico muy grande, cuenta con varios atractivos turísticos que no son manejados correctamente, es por ello que mediante la siguiente propuesta se busca desarrollar una estrategia de promoción turística que se coordinan con las implementadas en la ruta de la fé.

La estrategia de promoción es de suma importancia para el desarrollo de esta actividad, mediante la ejecución de la misma se busca incrementar la demanda de los turistas, las estrategias implementadas para captar el interés de los visitantes que acudan al cantón Nobol serán volantes y afiches donde se mostraran imágenes de los recorridos realizados, además de contar con colaboradores en puntos estratégicos para brindar información sobre los paseos fluviales y con ello se busca incrementar la afluencia de turistas a este lugar para mejorar en gran magnitud la calidad de vida de los habitantes y permitirá desarrollar la matriz productiva como lo estipula el Plan Nacional del Buen Vivir en la actualidad.

#### **5.2 Justificación de la propuesta**

##### **5.2.1 Económica**

El plan de promoción turístico es de carácter económico porque ayudara a los canoeros, pero también ayudara a fomentar el desarrollo de los habitantes del cantón Nobol, las fuentes de trabajo que se dan alrededor del lugar donde se desarrolla los paseos fluviales a mas de mejorar la calidad de vida de los canoeros debido al dinero que dejan los turistas, también ayuda a incrementar los ingresos económicos de los habitantes del cantón Nobol.

Con la implementación del plan de promoción turístico el número de visitantes será mayor, la economía mejorara en el sector turístico, la calidad de vida de los habitantes será optima y sobre todo se busca fortalecer la matriz productiva como se encuentra estipulado en el plan del buen vivir.

### **5.2.2 Turística**

El plan de promoción es de carácter turístico porque se desarrolla en un sitio estratégico del Malecón del cantón Nobol, debido a que la gran mayoría de visitantes acuden religiosamente a las eucaristías que se ofrecen el santuario. El objetivo es que esos visitantes a mas de acudir al santuario tengan una opción más de hacer turismo utilizando los servicios turísticos que ofrecen los paseos fluviales, fomentar un nuevo destino para los visitante es abrir un abanico de posibilidades al visitar este cantón.

### **5.2.3 Social**

El plan de promoción es de carácter social porque contribuye al trabajo en equipo entre los habitantes, también busca incrementar el desarrollo del turismo con un producto diferente al religioso dentro del cantón Nobol.

La correlación entre el turista y los habitantes debe ser llevada con respeto mutuo para que los paseos fluviales ejecutados sean de calidad, de esta forma los visitantes puedan difundir de una u otra manera el buen trato que obtuvo mediante su visita al este cantón y así incrementar la afluencia turística e incrementar la calidad de vida de cada uno de los canoeros.

### **5.3 Análisis FODA**

#### **Fortalezas**

- Experticia de los canoeros al realizar las tareas fluviales
- Destino turístico religioso conocido a nivel nacional
- Contacto directo con la naturaleza
- Documentación de las embarcaciones en regla
- Son organizados en las salidas de los recorridos

#### **Oportunidades**

- Apoyo del GAD municipal
- Que se sume la inversión privada para mejorar el servicio fluvial
- Incremento de la afluencia de turistas
- Incremento de turistas a nivel nacional.
- Capacitaciones para los canoeros

#### **Debilidades**

- Poco capital para acondicionar embarcaciones
- No contar con embarcaciones nuevas
- No haya el interés del turista por conocer esta actividad
- Falta de motivación para recibir capacitaciones
- Falta de promoción turística del lugar

#### **Amenazas**

- La no renovación de los permisos de navegación por parte de la marina
- Escaso equipamiento de las embarcaciones para realizar los recorridos turísticos
- Falta de campañas de capacitación turística
- El río se torne innavegable por las constantes crecientes
- Que los paseos fluviales no sean conocidos por los visitantes

### **5.3.1 Estrategias**

#### **Fortalezas – Oportunidades**

- Mejorar el servicio a los turistas que realicen los paseos fluviales.
- Impulsar capacitaciones para los canoeros que ofrecen este servicio turístico

#### **Fortalezas – Amenazas**

- Fomentar en los visitantes el interés por una nueva actividad turística, para fortalecer el contacto con la naturaleza
- Desarrollar estrategias para captar turistas, mediante el trabajo en conjunto con el departamento de turismo del Cantón Nobol

#### **Debilidades – Oportunidades**

- Implementar guía nativo debidamente capacitado dentro de las embarcaciones para brindar un mejor servicio a los turistas
- Reestructuración de los mecanismo de seguridad en las embarcaciones mediante apoyo de GAD Municipal del cantón Nobol

#### **Debilidades – Amenazas**

- Motivar a los canoeros para que logren entablar conversaciones con el departamento de turismo de Nobol y mejorar la calidad de los paseos fluviales
- Implementar mejoras en las embarcaciones mediante préstamos bancarios para captar la atención de los turistas y brindar un servicio de calidad

## 5.4 Detalle de actividades a realizar

### 5.4.1 Mapa del recorrido

**Figura 9**

Mapa del recorrido



**Fuente:** Cantón Nobol (Sitio Web)

En esta ilustración se muestra el trayecto total del recorrido en los paseos fluviales, el tiempo de duración es de 1 hora y 10 minutos aproximadamente, el punto de partida es el santuario de Narcisca de Jesús, el recorrido se extiende por las riveras del río Daule que cursa por Nobol y finaliza en la finca de Narcisca de Jesús con una fotografía conmemorativa del grupo participante.

**Figura 10**

Paseos en canoas de madera



**Fuente:** Cantón Nobol (Autor)

Dentro de la primer actividad a realizarse se encuentra el paseo en canoa de madera, el cual contara dentro de la embarcación con la ayuda de un piloto y un guía nativo, ellos en conjunto explicaran cada una de las bondades de la naturaleza, la flora, fauna y además explicaran la manera como los habitantes del cantón cultivan sus alimentos.

Se explicara la manera correcta de navegar el rio en marea baja y marea alta respectivamente, el tiempo del recorrido de esta primera parte es de 20 minutos hasta llegar a la hacienda donde bivio Narcisa de Jesús.

**Figura 11**

Recorrido de la hacienda de Narcisa de Jesús



**Fuente:** Cantón Nobol (Autor)

En la segunda actividad a desarrollarse tiene como duración 30 minutos, se recorrerá la hacienda donde habitaba Narcisa de Jesús, se explicara como ella vivía en aquel entonces, se hará estaciones en sitios donde acostumbraba a descansar en épocas de calor, sitios de oración con niños de su época y además se podrá degustar de la comida típica que ofrecen los habitantes dentro de la hacienda.

**Figura 12**



**Figura 13**

**Avistamiento de Patos Cuervo**



**Fuente:** Cantón Nobol (Sitio Web “Prefectura del Guayas”)

El avistamiento de ave se desarrollara en el rio que cursa el cantón, aquí los turistas podrán ver a una distancia de 5 metros el habitat de los patos cuervos, estas aves se caracterizan por permanecer la mayoría de su tiempo en el agua, los turistas podrán visualizar la forma de alimentarse de estas aves, la cual solo digiere pequeños peces, su forma de pescar con sus picos sumergiéndose por largos segundos hasta capturar su alimento, esta actividad tiene un tiempo de duración de 20 minutos aproximadamente.

Para finalizar el recorrido de esta actividad se tomara una fotografía del grupo la cual será distribuida a los turistas por un valor razonable.

### **5.5 Estrategia de precio**

Los paseos fluviales tendrán un costo por persona de 3 dólares, dicho valor esta dirigidos a turistas de todas las edades, con la cantidad mencionada estará cubierta la totalidad del recorrido además del guía nativo y el recorrido en la hacienda de la Santa Narcisa de Jesús.

El costo por persona fue establecido mediante los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los turistas que visitan el cantón Nobol e hicieron uso de los paseos fluviales, con el valor establecido se logrará cancelar el día de trabajo del guía nativo, el vendedor de los boletos y demás colaboradores que ayuden al funcionamiento de los paseos fluviales.

### **5.6 Estrategia de plaza**

Los paseos turísticos fluviales están enfocados a mostrar que en el cantón Nobol se pueden realizar otras actividades turísticas además de la religiosa.

El contacto con la naturaleza que puede ofrecer los paseos fluviales sin duda lo convierte en un productor turísticos de gran potencial en la provincia del Guayas, la promoción se dará en puntos estratégicos del cantón Nobol como Iglesias y el departamento de turismo donde podrá encontrar información turística con folletería que demuestre el producto que se ofrecerá a los turistas, los boletos serán expendidos en boleterías que estará ubicada en el malecón de Nobol a 2 metros del muelle donde parten las embarcaciones a realizar su recorrido para así brindar una mayor fluidez de los turistas y evitar aglomeraciones.

## **5.7 Estrategia de promoción**

Para la promoción de los paseos turísticos fluviales del Cantón Nobol se utilizarán las siguientes herramientas las cuales se emplearán para captar más turistas y fomentar el turismo de naturaleza como una opción nueva para los visitantes.

### **5.7.1 Redes sociales**

La promoción tendrá varios métodos de difusión entre los que tendremos una red social Facebook e Instagram, los turistas por medio de estas redes sociales recibirán la información detallada de cada una de las actividades a realizarse cada fin de semana.

Los turistas podrán encontrar fotografías conmemorativas de los paseos realizados, así como también podrán ver cada una de las vivencias que tuvieron los turistas y también se informará cuando hayan eventos a realizarse en el cantón Nobol.

## 5.7.2 Página de facebook



Los medios de comunicación más rápidos en actualidad sin duda son las redes sociales, facebook es una herramienta que se utilizara para mostrar, transmitir y promocionar este atractivo a turistas nacionales así como también las vivencias de los turistas, ya sean en grupos familiares o amigos, pero sobre todo dar a conocer que en Nobol también existe otra opción más para realizar turismo.

### 5.7.3 Página de Instagram



La red social Instagram conocida a nivel mundial también será un medio de comunicación de las rutas realizadas con los turistas nacionales, uno de los objetivos primordiales es dar a conocer un nuevo producto turístico dentro del cantón Nobol, gracias a esta herramienta se conocerán de promociones, descuentos y actividades a realizarse cada fin de semana.

Se darán a conocer valores en paseos rutinarios y también opciones para festejar cumpleaños, aniversarios y otros actos sociales dentro de las embarcaciones para brindar opciones varias para los turistas que visiten el cantón Nobol.

#### 5.7.4 Folletera



Con la elaboración de dípticos se busca fomentar el turismo de naturaleza mediante los paseos fluviales, se trabajara en convenio con la asociación de tricimotos, asociación de gastronomía y con los miembros que conducen la administración del Santuario de Narcisa de Jesús para que los turistas conozcan que en el Cantón Nobol se brinda un producto turístico distinto al ya conocido como el religioso.

### 5.7.5 Logo



El logo es una manera de identificar a los miembros que prestan el servicio de los paseos fluviales, para implementar este logo se tomaron e aspectos, las franjas en color celeste buscan resaltar al río y la vida que en el habita por eso su forma de pez, las embarcaciones porque en ellas se transportaran a los turistas y al visitante porque gracias a ellos se puede brindar los recorridos en el río Daule; este logo lo portaran cada uno de los colaboradores en camisetas y gorras respectivamente, además se lo establecerá como marca para que se reconocido por los turistas que acudan ya sea de visita al cantón Nobol.

### 5.7.6 Eslogan

Con la incursión de un eslogan que fue elaborado mediante la recopilación de ideas de cada uno de los canoeros y con la finalización del mismo aprobado por el presidente de la asociación de canoeros se llegó a la conclusión que es una frase representativa en la promoción de

los paseos fluviales donde se dará un realce muy importante en el engranaje del funcionamiento promocional para dar a conocer a los turistas que en el Cantón Nobol existe otras maneras de hacer turismo y no tan solo visitar el lugar con el propósito religioso.

“...Visitar Nobol no podría ser mejor, paseos fluviales un contacto con la naturaleza...”

### 5.7.7 Vestimenta de los canoeros

Los colaboradores que prestan el servicio de los paseos fluviales estarán vestido con una camiseta tipo polo de color blanca, el logo que representa a los paseos fluviales estará ubicado en el lado izquierdo de la misma y el eslogan estará en el lado derecho de la camiseta.

El uso de una gorra también será parte de las vestimenta de los canoeros, el logo estará en la parte delantera de la misma representando así a cada uno de ellos como parte del equipo de turismo que brindan los paseos fluviales en el cantón Nobol.



## 5.8 Presupuesto

En la siguiente tabla se muestra el presupuesto que se deberá tener para mejorar los paseos fluviales, el cual será financiado por los integrantes de la asociación de canoeros mediante el préstamo a una entidad bancaria.

Tabla 12

Cuadro de Presupuesto

Items	Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
1	Volantes Promocionales	1000	0,10	100,00
3	Caseta de boletería	1	500,00	500,00
4	Gorras para canoeros	21	15,00	315,00
5	Camisetas Para Canoeros	21	20,00	420,00
6	Creación de logo	1	25,00	25,00
7	Guía Nativo	10	50,00	500,00
8	Cámara fotográfica	1	150,00	150,00
9	Chalecos Salvavidas	100	20,00	2000,00
			<b>Total</b>	<b>\$ 4.010,00</b>

**Fuente:** Cantón Nobol

**Elaboración:** Autor

## CONCLUSIONES

- Se analizó el ingreso de los turistas al cantón Nobol, porque lo visitan, cuantas veces los visitan y cuanto tiempo dura su permanencia y el motivo por cual no se desarrolla otro tipo de turismo más que el religioso.
- Con el análisis de los problemas de los paseos fluviales se manifiestan las posibles soluciones, las cuales están soportadas con estudios bibliográficos que aportaran al desarrollo social de los habitantes del cantón Nobol.
- Para el estudio y recolección de datos de la situación turística de los paseos fluviales fue indispensable utilizar herramientas de investigación como fichas de observación, encuestas y entrevistas con el fin de soportar la información obtenida.
- Con los resultados obtenidos mediante la utilización de las herramientas de investigación, se llega a la conclusión que la aplicación de estrategias de promoción es primordial para el crecimiento y desarrollo de los paseos fluviales del cantón Nobol.
- El diseño de un plan de promoción turístico para los paseos fluviales amplía las posibilidades de mayor consumo del turismo como también incrementa el número de visitantes que harán uso de este servicio turístico en el cantón Nobol.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los autores principales en la ejecución de los paseos fluviales reciban capacitaciones en el ámbito turístico para poder brindar un servicio de calidad a los visitantes.
- Que se trabaje en forma conjunta con el departamento de turismo para que este servicio sea presentado como un producto turístico nuevo, permitiendo así la creación de nuevas fuentes de trabajo en el cantón Nobol.
- Se establece un comité organizacional para mejorar la calidad del servicio al comprar boletos, subir y bajar de embarcaciones como también la hora de salida y llegada de las embarcaciones, logrando así la fidelidad de los visitantes que sean partícipes de los paseos fluviales.
- Se debe entablar conversaciones con la directora de turismo para la ejecución de un punto de información turística donde se dé a conocer los atractivos turísticos del cantón Nobol y las bondades con que cuentan cada uno de ellos.
- Para finalizar se recomienda la ejecución de un plan de promoción mediante la expedición de volantes, utilización de redes sociales como medio de difusión masiva las cuales no son de costos altos pero si ayudaran a incrementar la afluencia de turistas a ser partícipes de los paseos fluviales.

## Bibliografía

(INEC), I. N. (2010). *Censo de población y vivienda*.

Amstrong, G., & Philip, K. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.

Ancín, J. M. (2008). *El Plan de Marketing en la Práctica*. Madrid: ESIC.

Benitez, J. (1 de Diciembre de 2002). Diario El Universo. *Nobol: Tierra Santa de la Beata Narcisa* .

Bigne, J. E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Esic.

Boullón, R. C. (2006). *Planificación de Espacios Turísticos*. México: Trillas.

Cala, B. (2003). Una Mirada Antropológica a la Institución social del Turismo . *Pasos* , 5.

Castro, R. Q. (2007). *Elementos de Turismo*. Costa Rica: EUNED.

David, S. T. (26 de Julio de 2015). Diario El Universo. *Paseos por tres ríos, nueva atracción turística* .

Diaz, D. S. (1994). *Promoción de ventas*. Madrid: Diaz de Santos.

Equipo, V. (2008). *Marketing Promocional Orientado al Comercio*. España: Vertice.

Guerrero, P. (1997). *Antropología Aplicada*. Quito: Ediciones UPS.

Hoffman, K. D., & G. Bateson, J. E. (2011). *Marketing de servicios Conceptos, Estrategias y Casos*. México: South-Western.

HORA, D. L. (MARZO de 2013). IMPULSARAN TURISMO FLUVIAL.

Kotler, P. (2011). *Marketing Turistico*. Madrid: Pearson.

Leon, L. R. (20 de Agosto de 2016). Crecimiento Turistico en Nobol. (L. Espinoza, Entrevistador)

Mariana de Jesus, J. A. (2014). Diagnostico Situacional del Cantón Nobol. *Plan de Trabajo* . Nobol.

Martinez, M. H. (2006). *DIAGNOSTICO DE LA REALIDAD DEL TURISMOS RELIGIOSO DEL CANTON NOBOL*. GUAYAQUIL, GUAYASS.

Montaner, J. (1996). *Estructura del Mercado Turistico*. Sintesis.

NOBOL, G. M. (2014). *Plan de Ordenamiento Territorial 2014-2019*.

Philip, K. (2006). *Marketing Turistico*. Madrid: Pearson.

Quiñones Paucar, G. G. (2009). *Manual de Calidad Para Informacion y Promocion Turistica*. Cusco: Dicitur.

Quiñonez, G. (2009). *Manual de Calidad para inforamción y Promoción Turistica*. Cusco: Dircetur.

Samaniego, D. (16 de Octubre de 2011). Diario El Universo. *El Guayas, un río por el que navegan pocas embarcaciones* .

Senplades. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Quito, Pichincha, Ecuador.

Tavor, H. (30 de Junio de 2001). Diario El Telegrafo. *El Transporte Nautico, El Malecon 2000 y el Dragado del Rio Guayas* .

Tellis, G., & Redondo, I. (2002). *Estrategias de Publicidad y Promoción*. Madrid: Pearson.

Tellis, G., & Redondo, I. (2002). *Estrategias de Publicidad y Promoción*. Madrid: Pearson.

Valdes Pelaes, L., & Ruiz Vega, A. (1996). *Turismo y Promocion de Destinos Turísticos: Implicaciones Empresariales*. Gijon: Universidad de Oviedo.

Váldes Peláez, L., & Ruiz Vega, A. V. (1996). *Turismo y Promoción de destinos Turísticos: Implicaciones Empresariales*. GIJÓN - ESPAÑA: Univeersidad de Oviedo .

## ANEXO

Ficha de observación

  <p><b>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL</b></p> <p><b>FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b></p> <p><b>CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA</b></p>	
<b>Ficha de Observación</b>	
<b>Nombre del observador:</b>	
<b>Lugar de la observación:</b>	
<b>Fecha y hora de la observación:</b>	
<b>DESARROLLO</b>	
<b>Tema de la Observación</b>	<b>Desarrollo de la Observación</b>

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

**Paseos Turísticos Fluviales**

**EDAD:** \_\_\_\_\_ **SEXO:** \_\_\_\_\_ **MASCULINO:** \_\_\_\_\_ **FEMENINO:** \_\_\_\_\_

1. **¿Cuántas veces al año visita Ud. el cantón Nobol?**
  - 1 vez
  - 2 veces
  - 3 veces o más
2. **¿Por qué motivo visita el cantón Nobol?**
  - Visitar a familiare
  - Visitar la iglesia
  - Degustar de la comida típica
3. **¿Cuáles de las siguientes características cree usted que tienen los paseos fluviales del cantón Nobol?**
  - Uso de canoas
  - Caminar por el Malecon
  - Recorrido por el rio
  - Degustar su comida favorita
4. **¿De qué manera califica usted el servicio que le ofrecen en los paseos turísticos fluviales?**
  - Excelente
  - Muy Bueno
  - Bueno
  - Regular
  - Malo
5. **¿Cree usted que los paseos turísticos fluviales necesitan de: ?**
  - Comida
  - Promocion Turistica
  - Mas canoas
  - Organización

6. **¿Cuáles de las siguientes estrategias de promoción cree usted que se debería utilizar para fomentar el crecimiento de los paseos fluviales?**

- Volantes
- Cupones de descuento
- Pase de cortesía

7. **¿Cuáles de las siguientes particularidades deberían tener los paseos turísticos fluviales?**

- Guías Turísticos
- Manual de recorrido
- Seguridad

8. **¿Cuánto pagaría usted por utilizar los paseos turísticos fluviales con las características antes mencionadas?**

- \$1 a \$3
- \$3 a \$6
- \$6 a \$10

9. **¿Por qué medio usted se enteró de los paseos turísticos fluviales?**

- Television nacional
- Familiares
- Informacion boca a boca
- Redes Sociales

10. **¿De qué manera le gustaría obtener más información sobre los paseos fluviales?**

- Internet (Redes sociales)
- Medios radiales
- TV
- Medios escritos

## Fotografías



