



Ecuador – Enero 2017 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE MARKETING PARA PROMOCIONAR AL CANTÓN VILLAMIL “PLAYAS” COMO ALTERNATIVA DE TURISMO, AÑO 2016

Isabel Jessenia Mora Bustos.

chabymora@hotmail.com

Asistente de Gerencia Negocios Industriales Real SA.

Estudiante de Mercadotecnia - Universidad Laica Vicente Rocafuerte

chabymora@hotmail.com

Ing. Aldo Astudillo MBA

Docente tutor de trabajo de titulación

Carrera de Mercadotecnia

Universidad Laica Vicente Rocafuerte

aastudillom@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Isabel Jessenia Mora Bustos y Aldo Astudillo (2017): “Plan de marketing para promocionar al Cantón Villamil “Playas” como alternativa de turismo, año 2016”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (enero 2017). En línea:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/villamil.html>

RESUMEN

El proyecto consiste en el diseño de un Plan de Marketing que lleve a mejorar la afluencia del turista en el cantón General Villamil “PLAYAS”, en el que debe iniciar desde una visión clara de la situación actual del sector, con el fin de generar una propuesta que permita promocionar sus bondades a través de estrategias de marketing buscando beneficios económicos dentro de la comunidad. En el capítulo uno se realizó un trabajo de investigación donde se presentó las problemáticas, identificando las causas y efectos que actualmente acontece dando una visión clara del entorno y que se fundamenta bajo parámetros y criterios aplicados por el investigador, así también justificó la carencia de acciones en cuanto al turismo. En el capítulo dos se fundamenta la parte teórica del trabajo de titulación el cual sirvió para sustentar el tema conceptual de cada uno de los términos en cuanto a estrategia de marketing enfocado al turismo desde el punto de vista de procesos, gestión, promoción que deben llevarse de manera eficiente, basándolo a través de temas legal y de administración. En el capítulo tres se estableció la metodología y elección de técnicas e instrumentos la cual permitió recabar la información necesaria donde se determinó las opiniones del turista en cuanto gustos y preferencia que sirvió para presentar resultados de campo y tener un panorama real de la situación que está afectando al turismo en el sector, lo que da paso al desarrollo de las posibles alternativas y exigencias de lo que desea el mercado turístico en el cantón General Villamil Playas. En el capítulo cuatro se presentó una alternativa de solución que puede ayudar a incrementar el turismo donde se plantea una serie de acciones que parte de las alianzas estratégicas, integración de microempresarios para trabajar en conjunto, ofrecer opciones de productos turísticos, con esta propuesta de marketing permitan mejorar la afluencia, dando a conocer las bondades del cantón y realizar actividades de recreación para hacer turismo, así como tener opciones de hoteles, gastronomía, deportes que permite mayor atracción e impacto dentro de la comunidad.

Palabras claves:

Plan de Marketing, Estrategia de Marketing, Turismo, Turista.

Abstract:

The project consists on the design of a Marketing Plan that takes to improve the tourist's affluence in the canton General Villamil "PLAYAS", in which should begin from a clear vision of the current situation of the sector, with the purpose of generating a proposal that it allows to promote its kindness through marketing strategies looking for economic benefits inside the community. In the chapter one was carried out an investigation work where it was presented the problems, identifying the causes and effects that at the moment it happens giving a clear vision of the environment and that low parameters and approaches applied by the investigator is based, likewise it justified the lack of actions as for the tourism. In the chapter two the theoretical part of the degree work the one is based which served to sustain the conceptual topic of each one of the terms as for marketing strategy focused to the tourism from the point of view of processes, administration, promotion that they should be taken in an efficient way, basing it through legal topics and of administration. In the chapter three settled down the methodology and election techniques and instruments which allowed to recall the necessary information where it was determined the tourist's opinions as soon as likes and preference that it was good to present field results and to have a real view of the situation that is affecting to the tourism in the sector, what opens the way to the development the possible alternatives and demands of what wants the tourist market in the canton General Villamil Playas. In the chapter four a solution alternative was presented that can help to increase the tourism where they thinks about a series of actions that it leaves of the strategic alliances, SMEs for integration for work at whole, to offer options of tourist products, with this marketing proposal allows to improve the affluence, giving to know the kindness of the canton and to carry out recreation activities to make tourism, as well as to have options of hotels, gastronomy, sports that allows bigger attraction and impact inside the community.

Keywords:

Plan of Marketing, Strategy of Marketing, Tourism, Tourist.

INTRODUCCIÓN

La promoción del sector turístico en el cantón General Villamil Playas no ha generado la afluencia requerida de turistas, a pesar de la tendencia que existe en la actualidad el sitio no se considera como atracción turística, afectando la cultura de la sociedad, la imagen y el posicionamiento del sector. Por lo que hay que adaptarse a las exigencias y cambios del entorno en el mercado y del turista, como por ejemplo servicios de calidad, lugares de esparcimiento, el crecimiento de la competencia, para entender la situación actual que afecta a la comunidad y generación de empleo.

El actual Gobierno del Ecuador busca fomentar este sector, siendo un balneario que es tradicional y que no ha sido explotado en todo su potencial, sin embargo el Ministerio de Turismo a pesar de querer buscar el progreso no ha trabajado adecuadamente en conjunto con entidades reguladoras para buscar políticas de desarrollo que ayuden a fusionar criterios que están declarados en el Plan Nacional del Buen Vivir y el desarrollo de la matriz productiva, donde puede aportar e incentivar de mejor forma el turismo en áreas específicas, por lo que se ha desarrollado trabajos en conjunto el Ministerio de Turismo junto con la alcaldía y en los actuales momentos el sitio se encuentra en reestructuración por varios problemas que ha

presentado en los últimos años, afectando el ingreso de turistas, hospedaje, gastronomía, centro de diversión y recreación.

El cantón tiene recursos naturales disponibles que no han sido explotados de manera adecuada, por lo que busca por medio de estrategias adecuadas desarrollar actividades en épocas de turismo por lo que se ve en la necesidad de promocionar el sector y mejorar toda la actividad turística cambiando la actual percepción entre visitantes nacionales como extranjeros con lo que puede aumentar beneficios económicos y mejorar la imagen de la población.

Se debe buscar la manera de impulsar el turismo en General Villamil Playas a través de las promociones que ayuden a incrementar el turismo, mejorar la percepción del sector logrando mejorar su calidad de vida y ofrecer una alternativa de esparcimiento, áreas recreacionales, gastronomía, hospedaje, artesanías. El proyecto se encuentra alineado con los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir, y al desarrollo de la Matriz productiva, que aportaría a la mejora del nivel de vida de las personas propias de la zona involucrada, también de la comunidad en general, al contribuir con el desarrollo económico del país.

Basada en el objetivo de la investigación de diseñar un Plan de marketing con el fin promocionar al Cantón Villamil "Playas" como alternativa de turismo, año 2016, bajo la hipótesis si se diseña un plan de marketing para promocionar al cantón Villamil, "Playas", entonces se fomentaría el sector como alternativa turística.

Método

La estrategia es el punto clave de un plan de acción para utilizar los recursos de una empresa con el fin de alcanzar sus metas. Estas pueden obtenerse por diferentes caminos, por lo que la estrategia señala como puede lograrse. Las estrategias son las decisiones importantes que se requiere para lograr un objetivo (Laura Fischer & Jorge Espejo, 2011).

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones: Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional; Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país; Planificar la actividad turística del país; Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información; Art.-15.

Los turistas que ingresan al país pueden recorrer en cuestión de pocas horas sitios o lugares, se cuenta con cuatro universos diferentes una gran diversidad de regiones, desde los nevados de la región interandina, playas extensas en la costa ecuatoriana, exuberante vegetación en la región amazónica y quizás el ícono turístico de mayor reconocimiento, el archipiélago de Galápagos, ubicado en el océano Pacífico a 200 millas del territorio continental ecuatoriano. (Embajada del Ecuador , 2013).

TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Para el estudio de este proyecto se utilizó el método descriptivo, inductivo-deductivo, para así poder establecer la real necesidad del plan de marketing.

Investigación de Descriptiva: Es la investigación que se realizó para conocer un diagnóstico previo dentro del desarrollar la propuesta, este describe los acontecimientos y características dentro del entorno de la investigación, así como la situación actual del mismo.

Investigación de campo: Es la investigación que se realizó dentro del lugar a desarrollar la propuesta, esto permite entender y solucionar la necesidad presente en este ambiente. El

desenvolvimiento del investigador será dentro del contexto del sector a estudiar y donde por ende estarán las personas consultadas para obtener los datos a analizar.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación será mixto, cualitativo y cuantitativo:

- Cuantitativo porque consiste en utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis, se pretende obtener la recolección de datos para conocer o medir el fenómeno en estudio y encontrar soluciones para la misma, la cual trae consigo la afirmación o negación de la hipótesis establecida en dicho estudio.
- Cualitativa porque consiste en utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Se tomará el enfoque cualitativo por las preferencias de cada persona ya que no se puede generalizar que es lo que motiva a elegir algún destino.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

El estudio de campo se realizó en el cantón Villamil "Playas" para este efecto el mercado objetivo se definió en función a los turistas en temporadas altas y feriados, la población objetivo serían 200.000 turistas, según datos obtenidos por la Cámara de Turismo de General Villamil.

Muestra

Con la población objetivo se calculó la muestra utilizando la siguiente fórmula:

Muestra de la población conocida

Datos:

N = tamaño de la población

200,000

Z α = nivel de confianza al 95% es:

1.962

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

0.5

q = probabilidad de fracaso

0.5

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

0.05

Formula:

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

$$n = \frac{(200.000)(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(200.000 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(200.000)(3,8416)(0,25)}{(200.000 - 1)(0,0025) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{(192.080)}{(1500,9579)}$$

$$n = 383$$

Análisis:

De acuerdo al resultado obtenido después de haber aplicado de la fórmula de la muestra finita se menciona que para ésta investigación se debe aplicar el instrumento a 383 personas que representaran la muestra para este trabajo de investigación.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas de Investigación

La técnica es indispensable dentro del proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura correspondiente, la cual se organiza con el objetivo de conocer datos relevantes. La técnica que se aplicará pretende los siguientes objetivos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos.

Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos a utilizar son:

- **Entrevista:**

Es una técnica de forma cualitativa que busca respuesta de tipo verbal donde se busca información relevante desde la perspectiva de autoridades, la que brinda conocer situaciones entorno a la problemática con los turistas.

- **La Encuesta:**

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

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El tratamiento de la información en el presente trabajo de titulación se hizo bajo procedimientos minuciosos que permitan minimizar el riesgo y errores, al tener datos de carácter cualitativo y cuantitativo, a continuación que tiene como objetivo validar cada uno de los aspecto expuesto dentro de proceso de investigación, a continuación se detalla lo siguiente:

El procesamiento se realizó a través de la utilización de software que ofrece Microsoft Office Excel que permitirá a través de sus funciones tabular la información obtenida de la aplicación de técnicas e instrumentos, las herramientas estadísticas serán tabuladas.

Las tablas de frecuencias y utilización de gráficos en cual dará una visión clara y organizada, dando información sobre las variables de estudio, así como las categorías de cada pregunta y la situación en que se encuentra otorgando una perspectiva del mercado, así como de los actores involucrado en el sector turístico, para lo cual el análisis es fundamental en la medición de variables.

El análisis de la entrevista fue elaborado para determinar el tipo de pensamiento que tiene sobre la situación de estudio entorno al turismo, para lo cual se utilizó una guía de entrevista que permitió tener una perspectiva sobre lo que piensa del turismo y los efectos que no han permitido el desarrollo económico de la zona.

En la presente investigación se analizó las variables de estudios con el fin de obtener datos información de los factores que afectaron al turista, siendo importante el análisis de variables que permitirán evaluar resultados que servirá para la toma de decisiones, por lo que se va a presentar los resultados obtenido dentro de la investigación.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

¿Cuál de las siguientes alternativas lo motiva a Ud. visitar General Villamil Playas?

Tabla No 1

Motivo porque visita General Villamil Playas

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	%
Turismo	59	15%
Negocios	95	25%
Visita familiares	197	51%
Otros	32	8%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

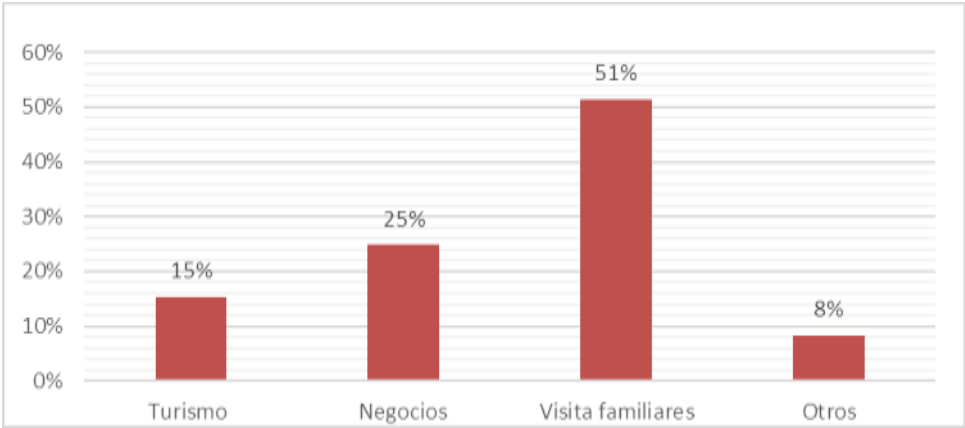


Figura No 1 - Motivo porque visita General Villamil Playas

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

Análisis:

El 51% de las personas encuestadas mencionan que se encuentran en General Villamil Playas por visitas a familiares, el 25% lo hacen por negocios, el 15% por hacer turismo y el 8% de la muestra se encuentran por otras por otras razones.

Conclusión:

Se puede concluir que existe aún turista que no tiene buena percepción sobre hacer turismo en General Villamil Playas.

¿Ud. Cree que el General Villamil Playas tiene suficientes características para ser considerado como un sitio donde se puede realizar turismo?

Tabla No 2

General Villamil Playas se puede considerar como turístico

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	%
Si	358	93%
No	25	7%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

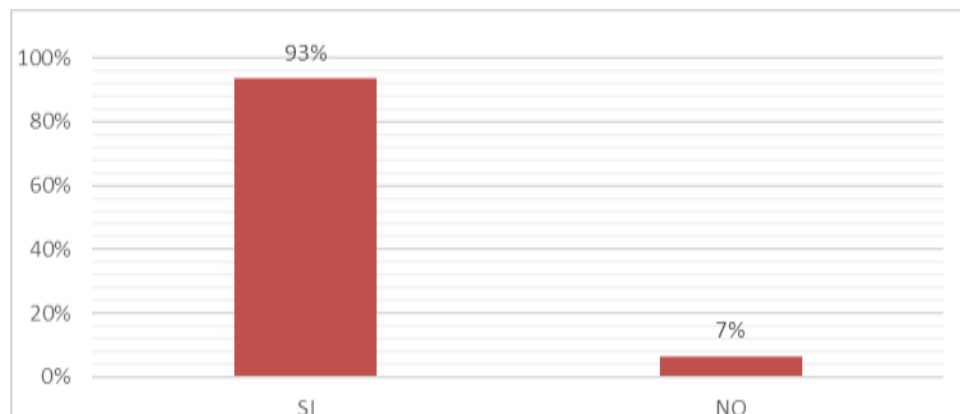


Figura No 2 - General Villamil Playas se puede considerar como turístico

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

Análisis:

El 93% de las personas encuestadas mencionan que General Villamil Playas se puede hacer turismo, y el 7% opinaron que no es un sitio apto para realizar turismo.

Conclusión:

Se evidenció dentro de los consultados opinaron que General Villamil Playas puede ser un sitio para realizar actividades turista, a pesar que una parte de la población tenga otra opinión

¿Por qué cree Ud. que General Villamil Playas no ha tenido la relevancia dentro del sector turismo?

Tabla No 3

Porque cree que General Villamil Playas no tiene relevancia en el turismo

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	%
Compromiso de autoridades gubernamentales	104	27%
Compromiso de autoridades seccionales	1124	32%
Compromiso de la comunidad	62	16%
Colaboración del turista	93	24%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos
Fuente: Propia

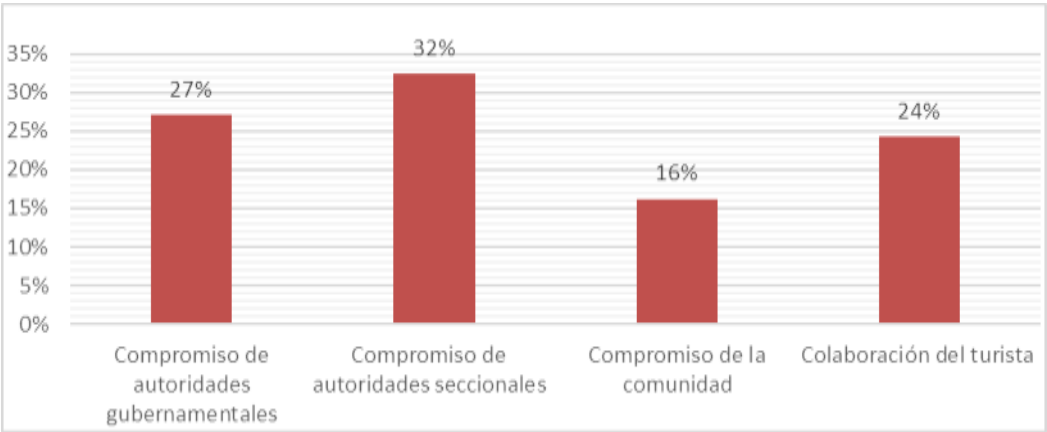


Figura No 3 - Porque cree que General Villamil Playas no tiene relevancia en el turismo

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos
Fuente: Propia

Análisis:

El 32% de las personas encuestadas mencionan que le hace falta el compromiso de las autoridades seccionales, el 27% menciona que hace falta compromiso de autoridades gubernamentales, 24% que falta colaboración del turista.

Conclusión:

Se puede concluir que la falta de compromiso de las autoridades seccionales ha afectado a General Villamil Playas se ha considerado como un lugar turístico

¿Le gustaría recibir información sobre planes turísticos actividades complementarias y otras formas de realizar turismo en General Villamil Playas?

Tabla No 4

Información entorno al turismo en General Villamil Playas

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	%
Si	365	95%
No	18	5%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

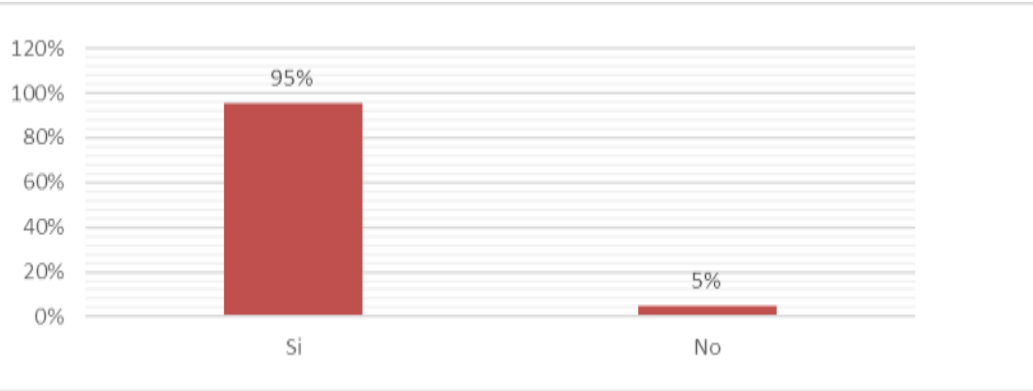


Figura No 4 - Información entorno al turismo en General Villamil Playas

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

Análisis:

El 95% de las personas encuestadas mencionan que si le gustaría estar informado sobre planes turísticos, actividades entorno a General Villamil Playas, 5% mencionan que no les interesa recibir información.

Conclusión:

Se evidencia que los encuestados si les interesa estar informados sobre futuros planes turísticos, actividades complementaria.

¿Cree Ud. que General Villamil Playas se encuentra apta para recibir turistas?

Tabla No 5

General Villamil Playas se encuentra apta para recibir turista

ALTERNATIVAS	RESPUESTAS	%
SI	82	21%
NO	301	79%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

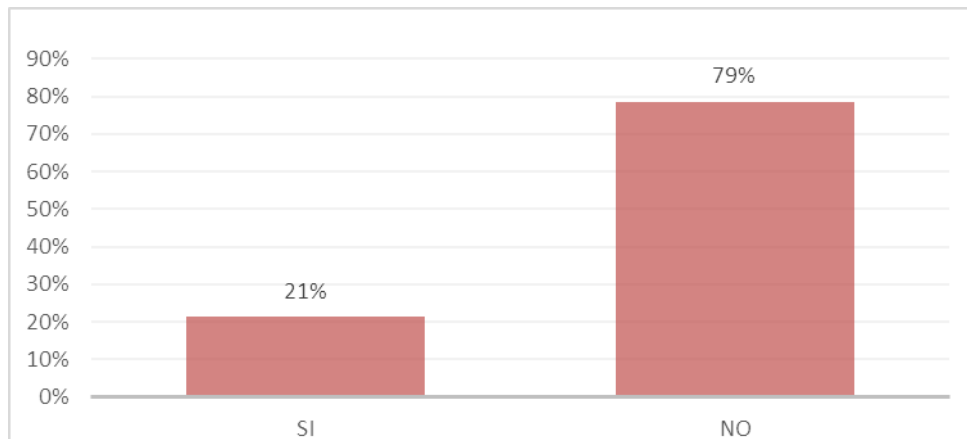


Figura No 5 - General Villamil Playas se encuentra apta para recibir turista

Elaborado por: Isabel Jessenia Mora Bustos

Fuente: Propia

Análisis:

El 79% de las personas encuestadas mencionan que General Villamil Playas no está apta para recibir turistas, por lo siguiente existe un porcentaje muy 21% mencionan que el lugar se encuentra apto para recibir turistas.

Conclusión:

La percepción de las personas encuestada menciona que aún General Villamil Playas no se encuentra apta para recibir turista.

Conclusión de la aplicación de cuestionarios

Los resultados de la presente investigación después de haber aplicado técnicas e instrumentos se presentan la siguiente conclusión y datos relevantes.

El sector de General Villamil Playas actualmente no se encuentra apto para turistas por los cambios efectuados en las vías de acceso, cambio de cableado eléctrico, tuberías, sin embargo se puede considerar como potencial para recibir al turista el cual se puede explotar el lugar a través visitas en situ lo cuales deben presentar innovación, cambios y mejora de servicios así también de producto turísticos.

A pesar de ser un sitio con bondades naturales se evidencia que no se está tomando atención de manera responsable a nivel de autoridades y comunidad donde no se explotan los atributos y características que tiene el sector dentro del turismo, que puede dar paso de manera directa a desarrollar y producir ingresos de manera sustentable mejorando la calidad de vida del sector.

Se considera que debe utilizar mejor comunicación, establecer estrategias adecuadas y comprometiéndolo a todos los involucrados se podrá mejorar los resultados actuales, es decir autoridades, población, negocios y los actuales turistas pueden ser entes de cambio en cuanto a turismo, desarrollando pertinencia, responsabilidad social y sustentabilidad.

La propuesta de esta investigación va enfocada a fomentar el turismo en General Villamil Playas buscando el desarrollo de la comuna cumpliendo, así con el plan nacional de buen vivir.

Resultados

Como resultado del trabajo, la elaboración del plan de marketing podrá ser una alternativa de mejora en cuanto a la promoción del cantón General Villamil Playas, se debe establecer estrategias con la finalidad de brindar una solución coherente y clara en cuanto al incremento de turista, las actividades que se desarrolla en el turismo se evidenciará una aceptación favorable por el sector buscando atraer e incrementar paulatinamente el ingreso de turista en cada año.

Lo favorable de la riqueza natural y cultural existente es parte del patrimonio, por lo que hay que conservar tradición, cultura, productos ancestrales y recursos turísticos que desarrollan recursos sustentables. Lo que se considera fundamental fortalecer la parte turística en cuanto a infraestructura, gastronomía, atención al turista entre otros, siendo opciones válidas para potencial de fuente de ingresos mejorando la calidad de vida, de la comunidad y la provincia

General Villamil Playas, tiene varios atractivos turísticos como: los balnearios de Data, engabao, puerto moro, isla de los pájaros, el pelado, según la investigación efectuada se evidencia que los visitantes que llegan al cantón Villamil Playas en un gran porcentaje vistan por temas familiares, tampoco siente los poco turista que está en capacidad de recibir al turista de forma adecuada, la ausencia de promoción y planes turísticos se evidencia, por lo que se necesita trabajar en un plan de desarrollo turístico que permite el aprovechamiento de cada una de las bondades del sector.

La utilización de medios digitales serán las herramientas de publicidad que se va a utilizar a las diferentes paginas buscando generar conocimiento y un acercamiento directo con los turistas, el boca a boca, e intercambio de información en el mercado, el material BTL es importante dentro del desarrollo de esta estrategia, los avances tecnológicos facilitar procesos en la comunicación con los turistas, así se puede hacer evaluaciones sobre las diferentes acciones que se realice y ver si se logra el posicionamiento del producto.

Dar a conocer los diferentes paquetes turísticos es el objetivo de la propuesta con el fin de incrementar el turismo en el cantón General Villamil Playas, ofreciendo contenido e información pertinente en torno a los que se ofrece en los paquetes turísticos, los cambios de presenten en las diferentes medios digitales busca ir mejorando los atributos y generar beneficios económicos.

Discusión

El sector necesita prepararse de mejor manera para funcionar como atractivo turístico, sin embargo se debe dar a conocer los lugares atractivos como las playas u otros sitios que permitirían el desarrollar socioeconómico, buscando la productividad y la eficiencia. El enfoque va dirigido a la promoción y mejora de servicio, se pretende cambiar imagen y servicios. Sin embargo la perspectiva del sector es favorable para realizar turismo, las acciones que se desarrolle podrán incentivar al turista a realizar actividades, se debe tomar en cuenta cada una de las necesidades del turista, existe importante competencia en el sector por lo que hay que ser innovador, hay que explotar sus riqueza natural de manera responsable y posicionar en la mente del turista el cantón General Villamil Playas, ofrecer mejores productos turísticos de

forma directa a pesar de tener productos similares pero con una ventaja a nivel de atractivos turísticos

Las acciones que se desarrolle podrán incentivar al turista a realizar actividades, se debe tomar en cuenta cada una de las necesidades del turista, existe importante competencia en el sector por lo que hay que ser innovador, hay que explotar sus riqueza natural de manera responsable y posicionar en la mente del turista el cantón General Villamil Platas, ofrecer mejores producto turísticos de forma directa a pesar de tener productos similares pero con una ventaja y diferenciadora a nivel de atractivos turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Guerrero González, Perla Elizabeth & Ramos Mendoza, José Roberto. (2014). Introducción al turismo. México: Larousse - Grupo Editorial Patria
2. Laura Fischer & Jorge Espejo. (2011). Mercadotecnia. México: McGraw-Hill.
3. Gobierno Autónomo Descentralizado de Gral. Villamil Playas. (2014):
4. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Villamil Playas, Ecuador: Municipalidad de Gral. Villamil Playas
5. Azevedo, A. d. (2010). Obsesión por el cliente: cómo obtener y retener clientes en la nueva era del marketing relacional. México: McGraw-Hill.
6. Buenosnegocios.com. (4 de Septiembre de 2013). Las 4 P del marketing. Obtenido de <http://www.buenosnegocios.com/notas/324-las-4-p-del-marketing>
7. David Jobber & Geoferey Lancarter. (2012). Adminsitación de ventas. México: Pearson Educación.
8. El Telégrafo . (10 de Marzo de 2014), año clave para potenciar el turismo. Diario El Telégrafo , pág. 3.
9. El Universo. (11 de abril de 2014). Ecuador será potencia turística, dice Rafael Correa. Recuperado el 10 de enero de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/04/11/nota/2686411/ecuador-sera-potencia-turistica-dice-rafael-correa>
10. Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 http://issuu.com/buenvivir/docs/8_lineamientosparaelturismo.
11. Hoyos, R. (2013). Plan de Marketing. Diseño, implementación y control. Bogotá: Ecoe Ediciones.
12. Jiménez Bulla, Luis Hernando & Jiménez Barbosa, Wilson Giovanni. (2013). Turismo: tendencias globales y planificación estratégica. Ecoe Ediciones.
13. Kotler, P. (2011). Marketing turístico. Madrid: Pearson Educación.
14. Kotler, P., & Lane, K. (2010). Dirección de Marketing. Mexico : Pearson Educación.
15. Laura Fischer & Jorge Espejo. (2011). Mercadotecnia. México: McGraw-Hill.

16. McCarthy, J., & Perreault, W. (2011). Marketing: un enfoque global. New York: McGraw-Hill.
17. Mendez, C. (2013). Metodología de la investigación. Mexico: McGraw-Hill.
18. Ministerio de Turismo. (2011). La experiencia turística en el Ecuador: Cifras Esenciales de Turismo Interno y Receptor. Quito: MINTUR-INEC-Anuario de Entradas y Salidas Internacionales.
19. Schiffan león G. & Lazar Kanuk leslie. (2010). Comportamiento del conusmidor. México: Pearson Educación.