



Abril 2019 - ISSN: 1696-8352

MARKETING DE TURISMO PARA EL POSICIONAMIENTO DE PUERTO LÓPEZ DE LA PROVINCIA DE MANABÍ COMO DESTINO TURÍSTICO

Elvira Yetsabel Palma García

[Correo: elvira-palma@hotmail.com](mailto:elvira-palma@hotmail.com)

Egresada Carrera De Mercadotecnia

Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil

Beatriz Silvia Garcés Alava

Magister en Carrera de Administración

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Correo: bgarcesa@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Elvira Yetsabel Palma García y Beatriz Silvia Garcés Alava (2019): "Marketing de turismo para el posicionamiento de Puerto López de la provincia de Manabí como destino turístico", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/marketing-turismo-puertolopez.html>

Resumen

Este proyecto estuvo encaminado al diseño de un marketing de turismo para el posicionamiento de puerto López de la provincia de Manabí como destino turístico, considerando que el balneario posee condiciones favorables que pueden ubicarla como uno de los principales del país; sin embargo, las escasas acciones de marketing han influido en su desplazamiento frente a otros destinos. En respuesta a estas limitantes se recolectó información que permita el diseño de un plan, utilizando una metodología con enfoque cualitativo y cuantitativo, haciendo uso de instrumentos como la encuesta, entrevista y la ficha de observación. Los hallazgos fueron alentadores para el sitio, demostrando que existe un nivel de satisfacción favorable de los turistas que visitan el lugar, pero los esfuerzos de marketing resultan escasos. Bajo esta perspectiva se planteó una propuesta para favorecer el reconocimiento del cantón Puerto López como destino turístico, proponiendo entre ellas la adopción de medios digitales y la promoción de paquetes

turísticos, finalizando con un análisis de factibilidad que resultó positivo y justifica la implementación.

Palabras claves: Turismo, marketing, turista, estrategia, promoción.

Abstract

This project was aimed at the design of a tourism marketing for positioning Lopez port of the province of Manabí as a tourist destination, considering that the resort has favorable conditions that can place it as one of the main in the country; However, the scarce marketing actions have influenced its displacement in front of other destinations. In response to these limitations, information was collected that allows the design of a plan, using a methodology with a qualitative and quantitative approach, making use of instruments such as the survey, interview and the observation form. The findings were encouraging for the site, showing that there is a favorable level of satisfaction of tourists visiting the site, but marketing efforts are scarce. Under this perspective, a proposal was proposed to favor the recognition of the canton of Puerto López as a tourist destination, proposing among them the adoption of digital media and the promotion of tourist packages, ending with a feasibility analysis that proved positive and justified the implementation.

Keywords: Tourism, marketing, tourist, strategy, promotion.

1. Introducción

En la actualidad el Cantón Puerto López, a pesar de sus bondades turísticas en flora, fauna y paisajes, presenta un retraso en su desarrollo económico en donde el turismo se ha convertido en la principal fuente de ingreso para el cantón, convirtiéndose en el motor de su economía; sin embargo, necesita renovar su infraestructura para atender a cientos de turistas que llegan cada año a visitar este puerto. Haciendo énfasis en la problemática del Cantón Puerto López, los efectos han sido perjudiciales para el sector, en lo económico por los pocos recursos que genera la pesca y el turismo para algunas familias, lo cual repercute en lo social pues la pobreza generada por la falta de empleo ha incluido una serie de casos de adicción de los adolescentes y el abandono a los estudios de colegio, pues no pueden emigrar a realizar estudios universitarios, por los escasos recursos con los que se manejan las familias.

Además, existe poca colaboración del municipio, baja inversión de las empresas privadas, y escasa oferta de las agencias de viajes con paquetes turísticos a Puerto López, lo que hace que no se desarrolle su turismo en toda su amplitud. Entre las diferentes causas están los servicios básicos tales como: los cortes de energía eléctrica que causan molestia a los turistas, carencia de agua potable, la falta de capacitación a la población para el manejo de los desechos orgánico e inorgánico, poca información turística adecuada en la zona, poca capacitación a los trabajadores que brindan los servicios turísticos. Todos estos aspectos afectan al buen desarrollo

del turismo de la población ya que no hay mucha demanda por la limitada oferta que ejerce el sector.

A ello se suma la construcción de la marca de Puerto López no muy bien definida, muy poca documentación e información en las agencias de viajes, la escasa promoción en la internet, desconocimiento y poca valoración de los recursos culturales por parte de los habitantes y a la inexistencia de información turística en los aeropuertos nacionales e internacionales. A pesar de que existe todo tipo de visitantes nacionales o extranjeros, mismos que se han llevado buenas referencias de la población, los sitios turísticos no tienen una amplia cobertura de categoría en la comunicación y difusión en las redes sociales, así como en el posicionamiento del turista internacional e incluso del ecuatoriano que decide viajar a otros lugares por desconocimiento de las bondades de Puerto López.

Por lo tanto, se considera que el diseño de un plan de Marketing turístico para el posicionamiento de Puerto López aportará a la difusión de los atributos del Cantón del cual se beneficiarán los actores turísticos y la población.

2. Objetivos

Objetivo general de la investigación

Diseñar un Plan de marketing turístico que ayude en el posicionamiento del Cantón de Puerto López como destino turístico en Nacional.

Objetivos específicos de la investigación

Elaborar un análisis FODA que determine la situación actual del Cantón de Puerto López.

Determinar los segmentos de mercado que mejore el posicionamiento del turismo del Cantón Puerto López.

Establecer el nivel de servicio esperado por parte de los turistas que visitan el Cantón de Puerto López.

Desarrollar una propuesta comercial para el municipio del Cantón de Puerto López que beneficie a los negocios de la localidad.

3. Métodos de investigación

A través de la metodología de investigación seleccionada se pudo describir y analizar la información recaudada por medio de métodos y técnicas que ayudaron al diseño de las estrategias para alcanzar el objetivo del proyecto, el cual comprende el diseño del plan de marketing. Para ello se consideró relevante obtener información de turistas recurrentes al Cantón, lo cuales brindaron

información, determinando así las acciones estratégicas para el posicionamiento del Cantón Puerto López.

Dentro de los métodos escogidos estuvieron el deductivo y el inductivo. Es deductivo al partir de lo general a lo particular permitiendo un razonamiento lógico de la situación y otorgando así una posible solución al problema real y actual del área a investigar. Su implementación ayudó a estudiar y valorar la situación en la que se encuentra el Cantón Puerto López, analizándose los servicios turísticos que ofrece, además de las condiciones de los establecimientos de alojamiento y diversión turística.

Respecto al inductivo, este parte de analizar sucesos particulares a una conclusión general para la propuesta del proyecto, basándose para ello en la observación y experiencia de los hechos que se están investigando para con ello obtener una conclusión concreta., partiendo de casos particulares con el propósito de llegar a una conclusión general. Dentro del proyecto se implementó para acceder a información útil para la toma de decisiones y cumplimiento de los objetivos planteados.

Como parte del enfoque de investigación se estableció el cuantitativo y el cualitativo. Estos dos tipos de investigación ayudaron a conocer la relación entre los clientes y la marca. Debe señalarse que el analizar e identificar el nivel de aceptación e interés que tiene los turistas hacia el atractivo del canto Puerto López, conocer la frecuencia de visitantes a los establecimientos turísticos y determinar los medios de comunicación utilizados, es importante si se pretende diseñar un plan encaminados a incrementar el flujo turístico dentro de la zona, aportando ambos enfoques a la recolección de datos.

Tomando como referencia a Hernández (2014) se seleccionaron estos enfoques, conociéndose que el cualitativo facilita la recolección de opiniones y puntos de vista de sujetos claves, esto en relación al objeto de estudio. Respecto al enfoque cuantitativo, se consideró clave para obtener información, misma que fue expresada en forma numérica para un mejor análisis.

Dentro de los tipos de investigación se escogieron la descriptiva y la de campo. La descriptiva contribuyó al establecimiento de las características del Cantón Puerto López tales como su población, cultura, ambiental atracciones turísticas etc. además de identificar la relación que existe entre los factores y la problemática. Esta información fue complementada mediante instrumentos de investigación que arrojaron datos, posteriormente tabulados y analizados para aporte en la propuesta.

La investigación de campo implicó por su parte abordar directamente individuos relacionados al objeto de estudio, es decir el Cantón Puerto López, recopilando información sobre

la ubicación, estado de la ruta de destino, accesibilidad al Cantón y precios, calles principales y peatonal, lugares turísticos y la seguridad con la que se podría encontrar en el Cantón, considerándose al Municipio de Puerto López como unas de las fuentes de información.

La información de campo se recolectó a través de técnicas e instrumentos especializados, empleándose tres posterior a la revisión bibliográfica de Merino (2015). Estos instrumentos o técnicas aplicadas fueron la encuesta, la entrevista y la guía de observación las cuales permitieron recolectar información necesaria del Cantón Puerto López, obteniendo una vista más extensa de la situación actual.

La encuesta fue dirigida hacia los turistas nacionales e internacionales que acuden por lo general al Cantón de Puerto López, cuyo objetivo principal fue determinar la percepción que tienen los turistas del sistema turístico del Cantón. La entrevista, por su parte, tuvo como objetivo obtener información de las agencias de viajes, las actividades que realiza en el sector del turismo, además de funcionarios y representantes de las principales instituciones públicas y privadas que conforman la superestructura del sistema turístico cantonal.

Finalmente, la guía de observación implicó el realizar un trabajo de investigación en el Cantón Puerto López donde se mantuvo un acercamiento directo con el mercado objetivo asegurando la confiabilidad de los datos recopilados, obteniendo así información relevante a menos costo y a corto plazo.

4. Población y muestra

El Cantón Puerto López, ubicado en la Provincia de Manabí cuenta con una población de 20.451 de habitantes donde 137.969 son hombres y 9.887 mujeres según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010).

Respecto a los visitantes, se determinó que entre los meses de junio, julio, agosto y septiembre del año 2015 han visitado Puerto López un total de 32.059 turistas de los cuales 18.621 fueron Ecuatorianos, lo que representan el 58,1%, proviniendo los demás desde Estados Unidos, Argentina, Alemania, Colombia, Francia, Holanda, Canadá, Israel, España, entre otros (Ministerio De Turismo, 2015).

Cabe señalar que la cifra incrementa el octubre de dicho año según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2015) donde más de 32.000 turistas nacionales y extranjeros visitaron Puerto López para ser testigos del avistamiento de las ballenas jorobadas, que llegan a las costas ecuatorianas.

Una vez determinada estas poblaciones se procedió a determinar la muestra, estableciendo un total de 380 turistas. Además de realizarse un muestro a conveniencia donde se escogieron a 70 agencias de viajes a nivel general Ecuador, para realizarles encuestas.

5. Resultados

Encuesta a habitantes

En base a los resultados obtenidos en la recolección de datos a los habitantes del cantón Sucre se pudo determinar que los encuestados consideran al turismo como un pilar fundamental para el desarrollo de la economía en la zona. Cabe señalar que existe una alta afluencia de visitantes en feriados principalmente, seguido de la temporada vacacional y fines de semana, siendo épocas que debería considerarse para promover el sitio.

Se puede observar que existe afluencia de personas al sitio pero esto no está directamente justificada por los esfuerzos del sector público y privado, evidenciándose que no han sido suficientes motivando a que exista una baja difusión en los medios, recordando que es esta baja difusión lo que ha ocasionado una afectación negativa en el turismo. También existe responsabilidad de los habitantes, ya que la atención brindada al turista es uno de los factores que afecta la satisfacción de los visitantes, especialmente en servicios como el transporte, deportes extremos y centros nocturnos donde existe una baja evaluación según el criterio de los encuestados.

Todos estos factores hacen creer que los habitantes de la zona que el potencial del balneario no es aprovechado adecuadamente, respaldando por ello el diseño de acciones encaminadas a favorecer el flujo de visitantes, solucionando las debilidades evidenciadas y favoreciendo a sus ingresos.

Resultados de la recolección de datos

Como síntesis del proceso de encuestas dirigida a turistas que visitan el cantón Puerto López la mayoría están en un rango de edad de 18 y 30 años donde prevalece el género masculino. Cabe destacar que existe un alto porcentaje de turistas extranjeros siendo considerado el atractivo como un destino turístico ecuatoriano; sin embargo, un porcentaje significativo no ha realizado actividades recreacionales, estando relacionado a la falta de difusión de este servicio.

Adicionalmente, se identifica que deben existir temporadas con mayor promoción, ya sea por agencia de viajes o por el medio de redes sociales encaminadas a dar a conocer los atributos del lugar. A pesar que el sitio demuestra ser del agrado de los visitantes, hay puntos específicos que decidieron destacar tales como el mirador de Puerto López, los cuales los convierte en los lugares con más aceptación del cantón.

También se identificaron aquellos de menor aceptación como el malecón a pesar que en otras ciudades este tipo de obras tienden a atraer gran cantidad de visitantes. Por ello es importante que las autoridades intervengan el lugar, lo acoplen a las necesidades del público y favorezcan así a la aceptación. Respecto a las agencias de viaje, indican que promocionan paquetes turísticos hacia el cantón con mucha frecuencia, destacando la infraestructura y gastronomía.

Sin embargo, la falta de esfuerzo de otros actores y una mayor difusión de otros atractivos impide que el número de visitantes sea mayor. Para los funcionarios y representantes de las principales instituciones públicas y privadas que conforman la superestructura del sistema turístico cantonal puerto López se conoce que existe una limitada promoción turística municipal, lo cual influye que a pesar de contar con establecimientos turísticos en condiciones óptimas, los visitantes no incrementen.

Con esto, al no realizar promociones turísticas ni brindar información a los turistas, estos prefieren otros balnearios. Finalmente, mediante la guía de observación, se evaluaron distintos aspectos del turismo dentro del cantón. Entre los hallazgos se mencionan:

- Es importante mejorar aspectos de la infraestructura para elevar la satisfacción del turista y su experiencia.
- La posición geográfica y funcionalidad del lugar donde se ubica el atractivo es calificado como bueno
- El establecimiento de un plan de trabajo ha sido calificado como regular, debido a que la turista no cuenta con una estrategia de marketing definida, no ha trazado las directrices para la fundamentación de un esquema y enfoque adecuados que innove sus proyectos.
- El cantón posee una muy buena disponibilidad de herramientas para ejecutar sus propuestas de innovación del proyecto, por lo que se estima que el trabajo puede ser mejorado en cuanto al marketing para incrementar su participación de mercado y complementado con los elementos para el desarrollo.

6. Propuesta

Proponer un Plan de marketing de turismo para el posicionamiento de Puerto López de la Provincia de Manabí como destino turístico. Cabe señalar que el diseño planteado de la propuesta implica responder a los siguientes objetivos específicos tales como elaborar una matriz DAFO como principio para la definición de estrategias, identificar los atractivos turísticos del cantón, el planteamiento de capacitaciones profesionales para el sector turístico, el desarrollo de estrategias

para la comunicación y fomento del turismo en la zona, finalizando con el diseño de cuadro de mando integral para el control del marketing turístico.

La estructura que manejó la propuesta es detallada a continuación:

Análisis y diagnóstico de la situación

Este punto tuvo como objetivo facilitar una visión real del entorno, utilizando para ello la herramienta de análisis PEST que implica factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Como parte del factor político se indica que el gobierno de Ecuador está implementando estrategias a favor del turismo ligadas al plan nacional de desarrollo en donde se refleja como pilar de desarrollo al turismo.

Como factor económico se debe mencionar que el producto interno bruto nacional ha disminuido desde el año 2014 debido a las condiciones económicas del país derivada en una alta dependencia del petróleo, lo cual se espera corregir mediante el fomento de sectores prioritarios, entre ellos el turismo, siendo un punto hacia donde se direcciona también este estudio. El Plan Prosperidad País para el 2018-2020, reconoce que la economía del país aún no “goza de buena salud” y propone una gestión responsable, transparente y disciplinada. Apuntando siempre al progreso y desarrollo del pueblo manabita desbastado por el desastre natural de abril del 2016.

El factor socio-cultural se direcciona al interés de la población hacia la recreación siendo una de las necesidades básicas del ser humano si se la considera como parte de la necesidad de afiliación. Respecto al factor tecnológico, existen un incremento en el empleo de medios digitales en la población, además de demostrar cada vez más factibilidad para dar a conocer bienes y servicios, incluso lugares turísticos como Puerto López y así incrementar su reconocimiento.

Debe destacarse que Ecuador está incrementando su promoción en el exterior. El Diario El Universo del Ecuador (2018) indica respecto a los visitantes extranjeros que existe un incremento promedio del 3% en llegadas mensuales.

Implementación estratégica

Estas estrategias se desarrollaron considerando los siguientes objetivos que son la implementación del marketing turístico en forma adecuada según los intereses de mercado incluyendo la realización de una proyección de incremento de participación de mercado basada en el análisis situacional del municipio del cantón Puerto López.

Marketing operativo – marketing mix

Comprenden las herramientas estratégicas que son el producto, el precio, la distribución o plaza y la comunicación o promoción, siendo los aspectos que se consideraron para el diseño de las estrategias o mejoras planteadas en el siguiente apartado.

Vídeo Marketing.

Entre las opciones están los vídeos en Facebook que pueden guiar al viajero para que sepa dónde dirigirse, favoreciendo al cantón Puerto López si se muestra sus atributos.

Marketing móvil

Puede direccionarse su implementación hacia los establecimientos comerciales dentro del cantón Puerto López, mismos que empleen los teléfonos inteligentes para dar a conocer su oferta y motivar ellos también al incremento de flujo de visitantes, dándoles a conocer sus promociones.

El poder de las Redes Sociales

En este punto es importante que el atractivo posea una imagen atractiva, siendo importante la adopción de redes sociales que muestran un amplio alcance para dar a conocer la oferta al público.

Ideas generales de mejoramiento continuo

Esta categoría consiste en áreas de mejoramiento donde los equipos deben enfocarse en generar mejoras generales para la reducción de tiempos de entrega y costos en los trabajos y proyectos generales que realiza el municipio del cantón Puerto López. La generación de ideas y talleres para posibles soluciones de reducción de costos deben ser ejemplos de mejoras a realizar. Lo mismo debe darse con la reducción de los tiempos de inspección en áreas turísticas, la eliminación de suministros de oficina innecesarios y la eliminación de procesos innecesarios.

Ejecución eficiente

El personal del municipio del cantón Puerto López debe desempeñar sus funciones en forma eficiente y monitorear la aplicación de las estrategias para evitar errores. Es importante que existan responsables, entre ellos quienes den seguimiento a las redes sociales y campañas de publicidad encaminadas a atraer la atención de los turistas para el incremento de visitantes.

Tener presencia en las búsquedas de los usuarios

Implica ubicar al balneario como uno de los atractivos que destaque cada vez que las personas realicen una búsqueda en internet sobre playas que pueden visitar. Para ello, el disponer de una página web se vuelve relevante.

Las historias venden más que los spots convencionales

El storytelling o el arte de contar historias que emocionen y busquen conectar a los usuarios con los lugares de destino es una técnica de marketing muy efectiva. Por ello es importante que dentro del balneario se coordine la realización de este material publicitario que muestre lo que ofrece el balneario utilizando a los mismos turistas quienes opinen de su

experiencia en el sitio. Esto dará más seguridad a los visitantes potenciales y puede convertirse en un factor de decisión para seleccionarlo.

Los Millennials son claves en la estrategia de Marketing Turístico

Es imprescindible conocer su comportamiento y no descuidar enfoque del contenido y la estrategia a este segmento social, aunque no sea el turista potencial, porque si será el que más opine y deje reseñas que serán vistos por todo tipo de usuarios, convirtiéndose en un factor de decisión.

Las reseñas y las opiniones son claves en turismo

La reputación online no es una opción sino una obligación para impulsar con éxito una campaña turística, por ello es importante que exista un compromiso de todos los individuos dentro del cantón en brindar una experiencia positiva del turista.

Control y seguimiento

Se debe desarrollar un control de metas, medición y evaluación de las metas, finalizando con acciones correctivas. Para ello es importante que exista un plan de acción. El programa de acción debe centrarse en los puntos principales que el plan de mejoramiento continuo aborda, es decir, aquellos aspectos más importantes donde el municipio del cantón Puerto López centra su atención para mejorar procesos internos y externos que motiven el incremento de la participación de mercado. Por ello, a continuación, se tiene que los procesos para el plan de acción se clasifican de la siguiente manera:

Proceso de Gestión: En este proceso se asegura el compromiso de la Administración del municipio del cantón Puerto López mediante la Planificación Estratégica de Marketing Turístico. Debe asegurar la conformidad de los productos y servicio que presta el municipio del cantón Puerto López realizando Análisis Internas y Externas ya que, con la detección y el control de las no conformidades, levantando acciones correctivas, preventivas y de mejora se garantiza la mejora continua.

Procesos Claves: Para satisfacer los requerimientos del turista se han identificado como proceso el diseño de paquetes turísticos que tienen a su cargo identificar las necesidades de sus clientes y así ofrecer los productos con el mejor servicio; Investigación y Desarrollo del cual debe buscar nuevas alternativas de productos en base a investigaciones de mercado.

Este proceso aún no se ha implementado, representa una sugerencia presentada en este proyecto; Producción y Control de Calidad, proceso fundamental del municipio del cantón Puerto López, pues tiene a su cargo realizar los productos y garantizar, a través de con un excelente

control de calidad, que se logre obtener producciones que cumplen con los estándares de calidad y que satisfagan las necesidades de los clientes.

Procesos de Apoyo: Entre los procesos de apoyo se identificaron: Desarrollo Organizacional, el cual implica la asignación de importancia a la satisfacción de los clientes internos, los cuales son el motor de la organización. Este proceso detecta las necesidades de todo el personal, planteando programas de capacitación que mejoren la productividad de los miembros del municipio del cantón Puerto López.

El proyecto propone que la garantía a los trabajos y proyectos del municipio del cantón Puerto López deben mejorarse para elevar la satisfacción y calidad como objetivos fundamentales que motiven el incremento de la participación de mercado del municipio del cantón Puerto López. Con dicha premisa, se define el plan de acción para el municipio del cantón Puerto López el municipio del cantón Puerto López.

Tabla 1.
Plan de implementación

| Actividad | Tiempo | Recursos |
|--|---|--|
| Implementación y realización de un proceso de sociabilización de las estrategias de marketing turístico de mejoramiento continuo | Diciembre 2018 – Enero 2019 | Personal Compromiso – gerencia |
| Implementación de los puntos detallados | Enero – Marzo 2019 (Temporada Playera) | Colaboradores |
| Sistema de mercadeo, comunicación en todas las áreas | Todo el año | Colaboradores |
| Inducción de capacitación para el turismo aplicado en el Cantón Puerto López | Diciembre 2018 – Enero 2019 – 1 mes | Colaboradores |
| Capacitación por área | Agosto 2018 – anual | Estrategia de marketing turístico de mejoramiento continuo |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Los autores

El plan de acción propuesto, promueve trabajar en base a la detección temprana de fallas antes de que se conviertan en problemas de garantía y asegurarse de que la compañía esté trabajando con los proveedores adecuados son ejemplos de áreas de mejora incluidas en esta categoría que conlleva el elemento resultado de todos los aspectos revisados para la mejora

continua, que se unen para ejecutar un mejor desempeño de mercado en el municipio del cantón Puerto López.

Análisis FODA

El FODA se ha concentrado en el análisis de las oportunidades y amenazas para el municipio del cantón Puerto López, y su objetivo de incrementar su participación de mercado mediante la estrategia de marketing adecuada para sus actividades comerciales, por lo que, a continuación, se define la siguiente figura:

Tabla 2.
Matriz FODA cruzado

| Matriz FODA cruzada | Oportunidades | Amenazas |
|---|--|--|
| | Desarrollo del sector del turismo. Innovación en proyectos turísticos para clientes de la ciudad. | Continuo avance de la tecnología para el desarrollo de proyectos turísticos. Leyes y reglamentos que obstaculizan los proyectos del sector turístico. |
| Fortalezas Amplia experiencia profesional en el sector turismo. Asociación vigente a la Cámara de Turismo | Formular un esquema de mercado en base a los requerimientos de los clientes para proyectos y obras de turismo. | Definir suscripciones para el acceso a medios de información tecnológica para mantener un mejoramiento continuo en proyectos turísticos. |
| Debilidades Faltencias en desarrollo de proyectos innovadores. Carencia de marca reconocida en el mercado. | Receptar clientes especialmente del sector turístico. Implementar proyectos novedosos asequibles y realizables para clientes. | Concretar contratos con personas naturales y/o jurídicas para el incremento de la participación de mercado. |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Los autores

Inversión

La implementación del proyecto demandará una inversión de \$ 5057,55, mismos que permitirán alcanzar los siguientes resultados, justificando así su puesta en marcha:

| CUADRO RESUMEN (USD) | | | | | | |
|----------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INGRESOS | 0 | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,544.00 | 14,689.44 | 14,836.33 |
| EGRESOS | 3,416.00 | 3,456.00 | 3,490.56 | 3,525.47 | 3,560.72 | 3,596.33 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 2,897.55 | | | | | |
| BENEFICIO NETO | 5,057.55 | 10,944.00 | 10,909.44 | 11,018.53 | 11,128.72 | 11,240.01 |

Figura 1. Cuadro resumen de ingresos, egresos, capital y beneficios

Fuente: Estudio propio

| PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Total Costos Fijos | 2,303.87 | 2,348.25 | 2,393.51 | 2,439.68 | 2,486.77 |
| Total Costos Variables | 3,456.00 | 3,490.56 | 3,525.47 | 3,560.72 | 22,276.00 |
| Ventas Netas | 14,400.00 | 14,400.00 | 14,544.00 | 14,689.44 | 14,836.33 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 2,648.13 | 2,699.13 | 2,751.16 | 2,804.23 | 2,858.35 |

Figura 2. Punto de equilibrio

Fuente: Estudio propio

| | |
|---|--|
| $VAN = (\sum \text{Ingresos Actualizados} - \sum \text{Egresos Actualizados}) - \text{Inversión Inicial}$ | |
| | |
| VAN= | |
| 36,731.51 | |

Figura 3. Valor actual neto positivo

Fuente: Estudio propio

Conclusiones

El propósito del estudio fue formular estrategias de marketing de turismo adecuadas, que incrementen la participación de mercado, por lo que se eligió el plan de mejoramiento continuo, como la estrategia más factible para los intereses del municipio del cantón Puerto López.

En la sintetización del tipo de estructura organizacional de mercadotecnia adecuada, se han implementado directrices definidas en la captación de nuevos clientes en base a la estrategia de marketing de turismo para la implementación de mayor a menor frecuencia en las áreas de desarrollo vitales para el municipio del cantón Puerto López.

La evaluación de la posición actual del municipio del cantón Puerto López presentó evidencias reales de la falta de una estructura de marketing de turismo que aporte crecimiento e innovación, razón por lo que no se ha promovido su desarrollo.

El presente trabajo concluye con un esquema específico que pretende abrir las puertas del mercado con mayor representación y opciones de servicio, que beneficie a la relación entre el municipio del cantón Puerto López y el cliente, permitiéndole incrementar sus ventas y aumentar la rentabilidad comercial en su participación de mercado.

Con lo argumentado a lo largo de todo el proyecto, se concluye que es importante, viable y necesario que el municipio del cantón Puerto López tenga un plan de marketing de turismo como estrategia de desarrollo de mercado, donde exista el tipo correcto de datos sobre las mejoras necesarias para el municipio del cantón Puerto López.

Recomendaciones

Implementar un sistema de mejoramiento continuo para el municipio a través de la creación de un departamento totalmente autónomo de marketing que gestione el turismo, evaluando las tendencias de mejoras sostenidas y resultados a largo plazo.

Desarrollar herramientas de mercadeo que puedan ser asumidas dentro del plan estratégico de turismo de mejoramiento continuo, para poder incrementar los niveles de respuesta a los retos del mercado actual de la construcción, con perspectivas al incremento de participación de mercado.

Bibliografía

Diario El Universo. (17 de Junio de 2018). *Diario El Universo*. Obtenido de Campaña turística All You Need is Ecuador costó \$ 44,1 millones:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/06/17/nota/6814310/campana-turistica-costo-441-millones>

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación Sexta Edición*. Mexico: Mc Graw Hi education.

INEC. (2010). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.

Merino, M. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC.

Ministerio de Turismo. (2 de 10 de 2015). *MINTUR*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mas-de-32-000-turistas-visitaron-puerto-lopez-atraidos-por-las-ballenas-jorobadas/>

Ministerio De Turismo. (s.f.). *Ministerio De Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mas-de-32-000-turistas-visitaron-puerto-lopez-atraidos-por-las-ballenas-jorobadas/>