



Vol 4, Nº 10 (julio/julho 2011)

## EL MARKETING TURÍSTICO 2.0 EN ECUADOR CASO VISITAECUADOR.COM

**Eduardo Guzmán Barquet<sup>1</sup>**  
[eduardoguzman01@gmail.com](mailto:eduardoguzman01@gmail.com)  
**Ma. Belén Salazar Raymond<sup>2</sup>**  
[salazar.raymond@hotmail.com](mailto:salazar.raymond@hotmail.com)

Facultad de Ciencias Empresariales  
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

### RESUMEN:

*El turismo es un actor principal en el crecimiento de las economías a nivel mundial, por ello es importante destinar esfuerzos para promover el crecimiento de esta industria. El Ecuador es un país rico en turismo, cuenta con sitios naturales y arquitectónicos, gran patrimonio intangible en todas sus regiones (fiestas populares, religiosas, bailes, folklore), etc. Aún no se valora al 100% lo que hay dentro del país, por esta razón es importante promover la creación de portales web que incentiven realizar turismo en Ecuador. VisitaEcuador.com es un portal*

---

<sup>1</sup> Dirección de correo electrónico: [eduardoguzman01@gmail.com](mailto:eduardoguzman01@gmail.com) [Docente en la Carrera de Turismo]

<sup>2</sup> Dirección de correo electrónico: [salazar.raymond@hotmail.com](mailto:salazar.raymond@hotmail.com) [Docente en la Carrera de Marketing]

*amigable, que invita a la población ecuatoriana y mundial a disfrutar del país, otorgándole a sus socios/as descuentos especiales en hoteles, restaurantes, etc. Este club virtual es un modelo a seguir, que utiliza tecnología de punta en su portal, desarrollando un marketing turístico 2.0. Promueve el uso de redes sociales a sus socios/as para que aporten experiencias personales en la web.*

**Palabras clave:** *Marketing turístico, Web 2.0, Portal Web*

## **ABSTRACT**

*Tourism is a major player in the growth of world economies, so it is important to target efforts to promote the growth of this industry. Ecuador is a rich country in tourism, with natural and architectural sites, large intangible heritage in all its regions (festivals, religious, dances, folklore), etc. Not yet valued at 100% which is within the country, therefore it is important to promote the creation of web portals that encourage realize tourism in Ecuador. VisitaEcuador.com is a friendly site, which invites ecuadorian people and world population to enjoy the country, giving their partners special discounts on hotels, restaurants, etc. This virtual club is a model that uses technology on his website, developing a tourism marketing 2.0. Promotes the use of social networks to their partners to contribute personal experiences on web.*

**Key words:** *Tourism marketing - Web 2.0 - Web portal*

## **INTRODUCCIÓN**

Según la OMT<sup>3</sup> (s. f.) el turismo es uno de los principales actores del comercio internacional y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de los países en vías de desarrollo. Es además un motor importantísimo que mueve la economía a nivel mundial. Esta es una razón primordial para que las formas de promoción del turismo en sus diferentes ámbitos, cobren mayor fuerza y utilicen medios alternativos, nuevos y eficaces, en miras de satisfacer la demanda

---

<sup>3</sup> OMT: Organización Mundial de Turismo.

creciente de clientes, que buscan información disponible las 24 horas del día, desde accesos remotos y sin complicación alguna.

El marketing turístico por web 2.0<sup>4</sup> se convierte en una alternativa válida y vanguardista, que pretende suplir las necesidades latentes del mercado mundial, asignando recursos tecnológicos intangibles colgados en internet.

Los recursos tecnológicos tangibles e intangibles sirven para optimizar procesos, tiempos, recursos humanos; agilizando el trabajo y tiempos de respuesta que finalmente impactan en la productividad y muchas veces en la preferencia del cliente o consumidor final. Los recursos tecnológicos intangibles como los sistemas, aplicaciones virtuales, portales web, etc., juegan un papel principal en la aplicación del marketing turístico 2.0 (Alegsa.com, 2010).

Una Comunidad Virtual es un conjunto de usuarios de internet que comparten un conjunto de aspectos comunes que diferencia esa CV<sup>5</sup> de las demás y permite hacer referencia a todos los miembros de ese grupo (Hawa, 1999).

De acuerdo con Freire (2008), las redes son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

En la actualidad existen muchísimos portales y sitios web<sup>6</sup>, que ofrecen diversidad de servicios y productos a los consumidores cibernautas. Esto responde a la evolución de la tecnología y a la necesidad de obtener fuentes ofertantes a la disponibilidad remota que los clientes requieran, ya que la gran mayoría de personas a nivel mundial, se encuentra en disponibilidad de realizar

---

<sup>4</sup> Web 2.0: aplicaciones online que contienen herramientas o servicios que permiten a individuos relacionarse con otros usuarios, manteniendo objetivos comunes. Estos usuarios sienten identidad y pertenencia a estas aplicaciones, sean éstas redes sociales o comunidades virtuales (Medina, 2009).

<sup>5</sup> CV: Comunidad Virtual.

<sup>6</sup> Portal y Sitio Web: Sitio en la World Wide Web, que contiene páginas web que ofrecen información, herramientas y/o servicios a usuarios, brindándoles la posibilidad de solucionar en dicho sitio o portal todas sus necesidades (masadelante.com, s. f.).

sus transacciones, reservaciones, compras, ventas, etc., en línea desde su computador personal en casa u oficina.

Redes sociales como Facebook, Twitter, Yahoo respuestas, My Space, entre otras, son reconocidas a nivel mundial y su crecimiento no tiene frenos. Cada una con su enfoque y objetivos, persiguen atraer millones de fanáticos que se asocian a la red, concentrando un número muy elevado de personas que interactúan entre sí, comparten sus experiencias, fotos, videos, información personal, etc., y que logran posicionar a la red social en la cima, generando requerimientos de empresas que quieren invertir para publicitarse en estos sitios web.

### **APLICACIÓN EN ECUADOR**

Sin duda alguna, en el Ecuador estas redes sociales también están muy bien posicionadas. La tecnología de los celulares con acceso a internet (Nokia, Black Berry, entre otros), ha generado un incremento en el flujo de visitas y número de asociados a las redes, ya que no importa en dónde esté el usuario, todo el día está revisando su cuenta, actualizaciones, estados, fotos, etc., por medio de su teléfono móvil.

En relación al tema turístico en el país, los ecuatorianos aún no están del todo acostumbrados a realizar transacciones completas por la web, entendiendo por completas al hecho de realizar reservas, planificaciones y pagos por adelantado con tarjetas de crédito, transferencias bancarias, etc. En este sentido, el club VisitaEcuador.com es un portal reconocido a nivel nacional, que ofrece a sus afiliados la posibilidad de adquirir paquetes turísticos en el interior del país, con descuentos que van del 20% al 70% de su precio real. Asimismo, VisitaEcuador.com es un referente del turismo nacional, ya que ofrece información sobre cada ciudad, cantón y provincia del país, en temas climáticos, gastronómicos, festivos, turísticos, etc.

Es importante indicar que este portal es avalado y propulsado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, reconociendo sus influencias en el desarrollo del turismo interno y externo. Es un portal muy amigable, que permite afiliarse en línea o por

distintas promociones. Uno ingresa al sitio web: [www.visitaecuador.com](http://www.visitaecuador.com) y hace clic en el Club de Visita Ecuador, en ese momento se realiza el ingreso del usuario, iniciales y contraseña.

### **SOCIO DEL CLUB VISITAECUADOR.COM**

Se puede revisar todas las ofertas que hay en Ecuador, corresponden a todas las provincias del país y la mayoría de ciudades. Todas estas ofertas disponen de paquetes turísticos armados con planes habitacionales (hoteles, hosterías, hostales), restaurantes, transportes, actividades de recreación, etc. Al ser una persona socia del club Visita Ecuador, se tiene derecho a escoger el lugar o sitio al que requiera viajar, de acuerdo con sus posibilidades económicas y preferencias de destino. Una vez seleccionado el sitio y hotel, debe imprimir un certificado en el cual se incluyen los descuentos o tarifas especiales, que al llegar al lugar de hospedaje, se debe entregar para constancia de dicha institución.

Ecuador es un país multicultural, de riqueza intangible sin igual. Sus fiestas patronales, nacionales y propias de cada ciudad o sector, son sin duda alguna motivo de traslado y visita de muchos turistas que desean vivir en carne propia esas experiencias únicas de esa ciudad o poblado.

Adicional a las fiestas mencionadas en el párrafo anterior, Ecuador es un país biodiverso desde siempre, que divide su territorio en 4 regiones distintas, Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. Cada una de estas regiones posee sus atractivos naturales (únicos y distintivos), patrimoniales, culturales, folklóricos, gastronómicos, etc.

Por toda esta diversidad y variedad interminable de sitios y culturas por visitar dentro de Ecuador, es que siempre hubo las preguntas de ¿a dónde ir?, ¿qué hacer?, ¿cuánto costará?, etc. VisitaEcuador.com, nace justamente para suplir esas necesidades interminables de los ecuatorianos, que sentían insatisfacción al momento de querer vacacionar dentro del territorio, ya que no encontraban información detallada de hoteles, direcciones, costos, lugares turísticos en cada ciudad o destino, etc.

Todas las alianzas y convenios que tiene VisitaEcuador.com con hoteles, restaurantes, sitios turísticos recreacionales, etc., son muy valiosas para el desarrollo del turismo en Ecuador, ya que para poder ser afiliado o constar en VisitaEcuador.com, el hotel, restaurante, etc., debe mostrar en una página dentro del portal, sus instalaciones, fotografías, página web, números de teléfonos, correo electrónico, formas de pago, costos, descuentos, actividades extras, número de habitaciones, etc. Además, existe la aplicación para comentar como usuario del club, que tal le pareció la experiencia en ese hotel, puntuando o calificando, de tal manera que los demás usuarios que deseen ir a ese sitio o comprar certificado para viajar a dicho lugar, tienen la opción de revisar comentarios y sugerencias sobre tal establecimiento antes de concretar la compra. Esto es muy importante, ya que se trata de un club (una comunidad virtual), que permite interactuar a partir de experiencias y plasmar lo vivido.

VisitaEcuador.com también tiene la aplicación de que cada usuario disponga de su propio perfil, con información, foto, etc., para poder realizar comentarios, sugerencias o temas propuestos en el portal web. Se trata de un verdadero portal web turístico, que mezcla la tecnología y el marketing para mover el turismo en Ecuador. Algo importante a citar es la facilidad de manejo del portal, ello trae consigo tranquilidad de los usuarios, crea un ambiente agradable de cada visita virtual de los clientes, eleva su nivel de credibilidad, etc.

Al visitar el portal web, es grande el número de empresas (hoteles, restaurantes, empresas públicas, de servicios de internet, renta carros, etc.) que apuestan por publicitarse en el portal (por banners, etc.). Esto implica un pago adicional por publicitarse en el portal (pagina frontal). Esto es independiente de las alianzas realizadas con empresas turísticas para ofrecer sus servicios en la Web. Entre ellas constan El Ministerio de Turismo, Telconet, Cámara de Turismo del Azuay, Banco Internacional, Hotel Oro Verde-Manta, Best Wester Casino Plaza, Hotel Crespo, Avis, Hotel Crespo, Hotel Grand Victoria, entre otras.

VisitaEcuador.com se ha convertido en el referente mundial para acceder a la información de sitios turísticos a visitar en el país. Su sitio web cuenta con la

opción de traducciones a la mayoría de idiomas del mundo, ejerciendo un papel protagonista en el extranjero, ya que cumple las necesidades de lenguaje y de agrupación de información en un mismo portal, además soluciona en línea los problemas de reserva, pagos, la toma de direcciones y teléfonos de hosterías, hoteles, restaurantes, etc.

Es pues, relevante e importante realizar este estudio de casos sobre la utilización del marketing turístico 2.0 en el portal [VisitaEcuador.com](http://VisitaEcuador.com), ya que se confirma la efectividad de la aplicación de este tipo de tecnologías para el desarrollo del turismo en todas las regiones del país. Otro servicio excelente que ofrece este portal a sus socios, es el de enviar mails al correo electrónico de cada persona, notificando ofertas, detallados sus precios, hotel, dirección, actividades, paquetes de días, algún tipo de restricción (si fuere el caso), pero además incluye ofertas relacionadas a los días festivos. Esto lo hace un servicio muy interesante, ya que en ocasiones los turistas no saben o no recuerdan las fiestas populares de cada sitio mágico del país, incentivándoles a darse un descanso y vivir esas experiencias en tal lugar determinado.

A continuación se muestra un mensaje enviado al correo electrónico de uno de los autores del presente trabajo por parte del Club [VisitaEcuador.com](http://VisitaEcuador.com), en el cual se aprecian ofertas, además hace referencia de estancia por Semana Santa (como fiesta popular).

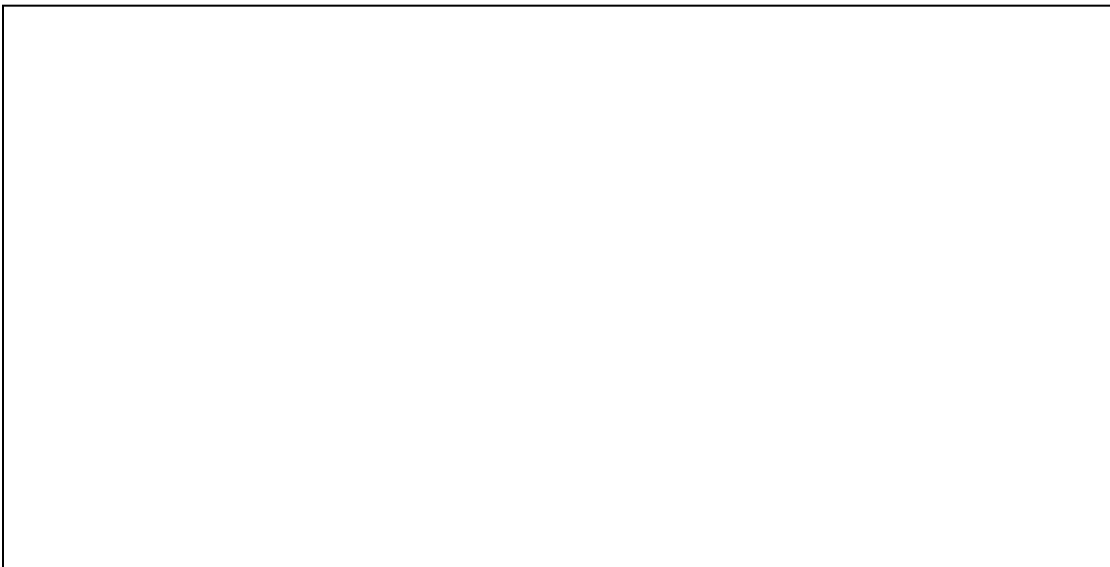


Figura 1. Club VisitaEcuador.com (Comunicación personal, Marzo 30, 2011).

Para demostrar lo propuesto en párrafos anteriores, es conveniente mostrar pantallas que expongan lo amigable y completo del portal. Por ello a continuación se mostrarán ciertos gráficos que ilustran las aplicaciones y opciones que posee el sitio web VisitaEcuador.com



Figura 2. Portal de Inicio al portal web VisitaEcuador.com



Figura 3. Acceso a información general de la región andina, posibilidad de traducción a cualquier idioma para extranjeros interesados en el turismo ecuatoriano.





**Figura 4.** Pantalla para ingreso a socios y socias del Club VisitaEcuador.com

**Suscripción Club**

**CASA FUCH**

Proveedor:	HOTEL BOUTIQUE CASA FOCH	Dirección:	Foch 44 - 301 entre Amazonas y Juan León Mera
Web:	www.hotelcasafoch.com	Reservación:	info@hotelcasafoch.com
Destino:	Quito	Teléfono:	2221305 / 2235230
Precio Business:	\$65 (Ahorro del 32%)	P.V.P.:	\$102.00
Precio Oferta:	\$69.00 (Ahorro del 32%)	P.V.P.:	\$102.00
Duración:	2 Días 1 Noche	Validez:	Desde: 2011-06-07 Hasta: 2011-06-30

**Descripción**

Quito : FANTASTICO ANDRRO PARA PAREJAS  
2 Días 1 Noche  
2 Adultos

**Incluye:**  
IVA  
Desayuno americano  
Conexión de internet WIFI  
Agua embotellada  
Agua filtrada  
Café y té  
Peripaseo

**No incluye:**  
Llamadas telefónicas  
Otros servicios no especificados

[Nueva búsqueda](#)  
[Ver Resultados](#)

**Figura 5.** Detalle de información del sitio (hotel) escogido para compra probable de certificado electrónico.

**NOTICIAS**

**CADENA HOTELESA HOWARD JOHNSON EN VISITA ECUADOR**  
La prestigiosa cadena hotelera HOWARD JOHNSON es parte del Club de Viajes Visita Ecuador. Como una nueva alternativa de alojamiento de primera y servicios de calidad, hemos incorporado a esta cadena de Hoteles a nivel nacional.

**EVENTOS**

Nuestro amigo Jimmy Rosero ya publicó las fotos de sus viajes. Jimmy de la red Ibarra, ya publicó las fotos de sus viajes! te invitamos a conocer los viajes de los miembros de nuestra red!

**AMAZONIA**

CARLOS ANCHUNDUA dice: Solo al primer refugio... chevere la experiencia...

**GALAPAGOS**

Lodge Yarina dice:...

**Síguenos en:**

f t You Tube hi5

**Figura 6.** Imagen del portal que demuestra la interacción de los socios, teniendo opciones de subir sus videos de turismo y comentarios. Además, se pueden observar últimas noticias en el portal, como por ejemplo la entrada de la gran cadena de hoteles Howard Johnson al club VisitaEcuador.com. Al final, se

encuentran los íconos de las grandes redes sociales a las que el Club VisitaEcuador.com y sus socios también forman parte.

**Figura 7.** En este espacio, el club VisitaEcuador.com otorga la posibilidad de convertirse en socio a cualquier persona visitante del portal.



Con la información obtenida y presentada en este artículo, los autores desean contribuir al surgimiento de más portales web amigables, que se dediquen a promocionar el turismo del Ecuador, que se valgan de la tecnología 2.0 y del marketing turístico por internet que esta misma tecnología otorga. Sólo así se podrá estar a la vanguardia de los competidores extranjeros, se podrá atraer a más turistas de afuera hacia el país y por último, y no por ello menos importante, se incentivará al turista ecuatoriano a conocer su país, amarlo y disfrutarlo.

El marketing turístico 2.0 es una herramienta muy valiosa, además muy actual que cada vez más toma importancia en el país. Años atrás las empresas no les interesaba promocionarse por portales, sin embargo ahora, es uno de los canales más atractivo para hacerlo por dos razones, la primera es en relación a los costos, ya que publicitarse por internet es más atractivo que hacerlo por televisión o valla publicitaria y, la segunda razón es por la influencia tan grande del internet en la población, que cada día toma más fuerza en jóvenes, adultos y niños.

El patrimonio turístico ecuatoriano, tanto natural, intangible, arquitectónico, cultural, etc., es apreciado por el mundo entero. No hay que desaprovechar estas oportunidades tecnológicas para incrementar el turismo del país.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Aguiló Pérez, E., Valdés Peláez, L., & Ruiz Vega, A. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: Implicaciones empresariales*. Gijón: Publicaciones de la Universidad de Oviedo.

ALEGSA.com. (2010). *¿Qué son recursos tecnológicos?* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.alegsa.com.ar/Diccionario/C/8152.php>

Alonso González, C. M. (2008). La estrategia creativa en la publicidad turística. El caso de Castilla y León. *Revista latina de comunicación social*, 63, 43-62.

Ávila Bercial, R., & Barrado Timón, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.

Bigné, J. E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.

Blanquer Criado, D. V. (2003). *La calidad integral de turismo*. España: Ediciones Tirant lo Blanch.

Calva, J. L., Carbadillo Coria, L., & al, e. (2007). *Desarrollo Económico: estrategia exitosa*. México: Ediciones del UNAM.

Canal Empresarial. (Productor). (2009, Febrero 9). *Web 2.0 Aplicación al Turismo (1)*. Video recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=Kh-i441KxmY>

Canal Empresarial. (Productor). (2009, Febrero 9). *Web 2.0 Aplicación al Turismo (2)*. Video recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=avSg62-MD7Q&feature=related>

Club VisitaEcuador. (s. f.). *Tutorial de Manejo* [Documento en PDF]. Recuperado de: <http://www.visitaecuador.com/club/archivos/quianavclubpdf.pdf>

Club VisitaEcuador. (Productor). (2008, Abril 29). *Presentación del Club Visita Ecuador*. Video recuperado de: [http://www.youtube.com/watch?v=o4Uv0O2PT6w&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=o4Uv0O2PT6w&feature=player_embedded)

Definición.de. (s. f.). *Definición de recursos tecnológicos* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://definicion.de/recursos-tecnologicos/>

Diario El Universo.com. (2003, Diciembre 24). *Calendario de fiestas populares y hechos folklóricos* [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://especiales.eluniverso.com/especiales/fiestas\\_populares/calendario.htm](http://especiales.eluniverso.com/especiales/fiestas_populares/calendario.htm)

Freire, M. (2008, Agosto 7). *Redes Sociales Definición* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://michfer.wordpress.com/2008/08/07/redes-sociales-definicion/>

García Marchante, J. S., García Hernández, M., & Troitiño Vinuesa, M. Á. (2008). *Destino turísticos: viejos problemas ¿nuevas soluciones?* España: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha.

Goldfryd, O. (2003). Internet, un medio muy “Influyente”. *Revista Marketing y Ventas*, 186, 8-16.

Hawa-Attourah, M. (1999). La Red a la carta: Las comunidades virtuales de usuarios y los servicios telemáticos temáticos integrados. *Revista de Neurología*, 29, 486-490.

InternetAdvantage. (2007). *Turismo 2.0: Tendencias y Oportunidades* [Presentación en Diapositivas]. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/internetadvantage/turismo-20-tendencias-y-oportunidades>

Jaramillo Panesco, R. (2006). *La hora del turismo*. Bogotá: Editorial Norma.

Masadelante.com. (s. f.). *¿Qué es un Sitio web y Página web? – Definición de Sitio web y Página web* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.masadelante.com/faqs/sitio-web>

Medina, R. (2009, Junio 30). *La actividad Turística en Ecuador y la Web 2.0/3.0...?* [Sitio Blog]. Recuperado de: <http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/2009/06/30/la-actividad-turistica-en-ecuador-y-la-web-2030/>

- Morales, J. (2010, Marzo 23). *Las 10 redes sociales más populares del 2010* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.10puntos.com/redes-sociales-mas-populares/>
- Organización Mundial de Turismo. (s. f.). *¿Por qué el Turismo?* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Pons, J. (2009). El papel del “Marketing” en el sector turístico de la comunidad de Madrid. Estrategias y nuevas técnicas. El “Marketing” en medios sociales para el cliente “Adprosumer”. *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, 1, 129-146.
- Puromarketing.com. (2007, Diciembre 17). *Cómo posicionar una marca ciudad* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.puromarketing.com/38/4007/posicionar-marca-ciudad.html>
- Puromarketing.com. (2008, Diciembre 4). *La importancia del Marketing online en el turismo rural* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.puromarketing.com/38/5390/importancia-marketing-online-turismo-rural.html>
- Puromarketing.com. (2010, Junio 3). *Redes Sociales y Marketing Online: Una oportunidad de negocio para las empresas de turismo* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.puromarketing.com/38/7344/sociales-marketing-online-oportunidad-negocio-para-empresas-turismo.html>
- Rasch, L., & Gretzel, U. (2008). Wineries’ Involvement in Promoting Tourism Online. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, 6 (2), 317-326.
- Rodríguez Rodríguez, G., & Martínez Roget, F. (2009). *Nuevos retos para el turismo*. La Coruña: Netbiblo S.L.
- Turismo y Web 2.0. (2010, Julio 28). *Turismo 2.0 = Turismo + Web 2.0* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://turismoyweb20.com/?p=94>
- Turismo y Web 2.0. (Productor). (2010, Septiembre 1). *Turismo 2.0: Cómo usar los medios sociales en el turismo (parte 1)*. Video recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=iRUFGPt20mg>

Turismo y Web 2.0. (Productor). (2010, Septiembre 1). *Turismo 2.0: Cómo usar los medios sociales en el turismo (parte 2)*. Video recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=YEZuE1rm6rM&feature=related>

Wearing, S., & Neil, J. (2000). *Ecoturismo: impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Ediciones Síntesis.

Zamorano Casal, F. (2002). *Turismo alternativo: Servicios turísticos diferenciados*. México: Editorial Trillas.