



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DEL  
CENTRO TURÍSTICO EL MIRADOR DEL VERGEL DE LA PROVINCIA  
DE EL ORO

AGILA TORRES KLEBER ABDON  
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA  
2017



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN  
DEL CENTRO TURÍSTICO EL MIRADOR DEL VERGEL DE LA  
PROVINCIA DE EL ORO

AGILA TORRES KLEBER ABDON  
INGENIERO EN MARKETING

MACHALA  
2017



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

EXAMEN COMPLEXIVO

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DEL CENTRO  
TURÍSTICO EL MIRADOR DEL VERGEL DE LA PROVINCIA DE EL ORO

AGILA TORRES KLEBER ABDON  
INGENIERO EN MARKETING

LANDIN ALVAREZ SILVIA SUSANA

MACHALA, 28 DE AGOSTO DE 2017

MACHALA  
28 de agosto de 2017

**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO EL MIRADOR DEL VERGEL DE LA PROVINCIA DE EL ORO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

---

LANDIN ALVAREZ SILVIA SUSANA  
0703240549  
TUTOR - ESPECIALISTA 1

---

SÁNCHEZ QUEZADA TATIANA XIMENA  
0702903972  
ESPECIALISTA 2

---

AVILA RIVAS VLADIMIR ALEXANDER  
0703055251  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 14 de agosto de 2017 - 09:03

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** PROYECTO TITULACION MIRADOR DEL VERGEL.docx  
(D29716612)  
**Submitted:** 2017-07-21 16:49:00  
**Submitted By:** kleberag12@hotmail.com  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, AGILA TORRES KLEBER ABDON, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO EL MIRADOR DEL VERGEL DE LA PROVINCIA DE EL ORO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de agosto de 2017



AGILA TORRES KLEBER ABDON  
0704516855

## RESUMEN

El presente trabajo define la implementación de un plan estratégico de marketing para la promoción del Centro Turístico El Mirador Del Vergel en la Provincia de El Oro, que está enfocado a incrementar la afluencia de visitantes. Los planes son utilizados por las diferentes empresas, de turismo, comerciales, públicas y privadas, para lograr los objetivos trazados en un inicio estableciendo tiempos de cumplimiento para los resultados, en periodos de corto, mediano y largo plazo. Ecuador en la última década apostado en promocionar los lugares turísticos de la Nación, para conseguir el desarrollo económico del país mediante la activación de la matriz productiva, desde el sector turístico se lo hace por medio de la mejora de sus servicios siendo estos alojamientos, servicios turísticos, gastronomía típica, juegos recreativos, deportes entre otras actividades que puedan realizar las personas q visitan el lugar. La Provincia de El Oro es rica en biodiversidad con destinos turísticos únicos que no son explotados al máximo por la falta de promoción. Para realizar esta propuesta se efectuó una encuesta para el estudio de mercado y determinar los gustos y preferencias de los turistas o clientes, que nos permita implementar un plan estratégico de promoción que ayude al mejoramiento del sitio, logrando así el posicionamiento del Centro Turístico El Mirador Del Vergel como unos de los destinos turísticos más atractivos en la Provincia de El Oro.

**Palabras claves:** Estrategias, Promoción Turística, Medios Digitales, Centro Turístico, Turistas, Marketing Mix.

## **ABSTRACT**

The present work deals with the strategic planning of marketing for the promotion of the Tourist Center El Mirador Del Vergel in The Province of El Oro, the strategic plans are used by the different companies, tourism, commercial, public and private, to achieve the Objectives set in a beginning establishing compliance times for the results, in periods of short, medium and long term. Ecuador in the last decade has decided to promote the tourist places of the country, to achieve the economic development of the country through the activation of the productive matrix, from the tourism sector is done by improving their services being these accommodation, services Tourist, typical gastronomy, recreational games, sports among other activities that tourists can do. The province of El Oro is rich in biodiversity, with unique tourist destinations, which are not exploited to the maximum other than the tourist centers, which are not fully promoted. For this reason, it was decided to create a strategic plan to promote the tourist center, using as methodology a survey for the study of markets and to determine the tastes and preferences of tourists or clients, and to execute the best strategies of promotion in the Different digital media, written, thus achieving the positioning of the tourist center Mirador Del Vergel as one of the tourist destinations of the province and the Coast Region.

**Keywords:** Strategies, Tourism Promotion, Digital Media, Tourist Center, Tourists, Marketing Mix.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b>	<b>0</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>1</b>
<b>ÍNDICE</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>DESARROLLO</b>	<b>5</b>
<b>Marketing turístico.</b>	<b>5</b>
<b>Estrategias de marketing.</b>	<b>5</b>
<b>Promoción turística.</b>	<b>5</b>
<b>Gráficos</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Plan estratégico de marketing para la promoción del centro turístico el Mirador del Vergel en la provincia de El Oro</b>	<b>7</b>
<b>1.1.1 Resumen Ejecutivo.</b>	<b>7</b>
<b>1.1.2 Análisis de situación.</b>	<b>8</b>
<b>Objetivo general</b>	<b>8</b>
<b>1.1.4 Estrategias y Tácticas de Marketing.</b>	<b>9</b>
<b>Imagen corporativa.</b>	<b>9</b>
<b>Nuevos atractivos.</b>	<b>9</b>
<b>Administrativo.</b>	<b>9</b>
<b>Transporte.</b>	<b>9</b>
<b>Medios Publicitarios.</b>	<b>10</b>
<b>1.1.5 Presupuesto.</b>	<b>11</b>
<b>1.1.6 Cronograma.</b>	<b>12</b>
<b>1.1.7 Planeación de Contingencias.</b>	<b>12</b>
<b>1.1.8 Procedimientos y Evaluación.</b>	<b>12</b>
<b>1.2 Variables.</b>	<b>12</b>
<b>1.2.1 Marketing mix.</b>	<b>12</b>
<b>1.2.2 Publicidad.</b>	<b>12</b>
<b>1.2.4 Estrategia digital.</b>	<b>13</b>
<b>1.2.5 Segmentación.</b>	<b>13</b>
<b>1.3 Cierre.</b>	<b>13</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>14</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>15</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>16</b>

## INTRODUCCIÓN

El sector turístico ha crecido conjuntamente con la globalización, creando competitividad en el mercado mundial, utilizando estrategias de marketing para atraer más clientes o turistas y brindar mejores servicios.

El Gobierno Ecuatoriano en las últimas diez décadas apostó al sector turístico implementando estrategias de marketing, como el video transmitido a nivel nacional e internacional, “All you Need is Ecuador” destacando sus destinos naturales, gastronomía, culturas. Al igual que la empresa privada aportando en el área, el sector hotelero juega un papel importante por su servicio de estadía y alojamiento que ofrece un aporte significativo para la economía y desarrollo del país por su modernización constante (MTE, 2017).

Cueva & Carrillo (2015) el producto turístico es un servicio o una atracción, que se oferta en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, pero esto también se centra en las necesidades y beneficios que se busca. Teniendo en consideración a todos los elementos que posibilitan el desarrollo de la actividad turística. En la Provincia de El Oro, los representantes del sector turístico no están aplicando las debidas estrategias de marketing para potencializar el turismo y lograr atraer más turistas.

La problemática radica en la escasez de estrategias de promoción del Centro Turístico “El Mirador Del Vergel” para dar a conocer sus servicios. Esto lleva a implementar estrategias de promoción de marketing en la Provincia de El Oro.

Para la resolución del caso se aplicará una investigación cualitativa a través de una entrevista cuantitativa mediante una encuesta a ciudadanos de la Provincia de El Oro siendo la población de hombres y mujeres, según INEC 2010 con proyección al año 2017 de 689.670 ciudadanos mediante la fórmula  $N = \frac{Nz^2P(1-P)}{(N-1)e^2 + z^2P(1-P)}$  con un margen de error de un 5%, con una muestra de 373, que nos permitan determinar el medio de comunicación idóneo para aplicar las estrategias de marketing para darle solución a la investigación. La importancia de la ejecución del plan estratégico de promoción es analizar y especificar las estrategias a desarrollar, para captar la atención de la mayor cantidad de turistas o clientes, los cuales aportaran con el desarrollo económico del sector, y de cada una de las personas que forman parte del Centro Turístico.

#### **Objetivo General.**

Determinar el plan estratégico de marketing para la promoción del Centro Turístico El Mirador Del Vergel del Cantón El Guabo en la Provincia de El Oro.

La ventaja competitiva del plan estratégico de promoción es la comunicación comercial que intenta incrementar la afluencia de turistas a través de medios de comunicación, implementado estrategias de marketing que logren captar la atención de nuestro mercado objetivo. Según Palacios & Molina (2015) “un destino es un espacio donde el turista pasa como mínimo una noche que incluye el consumo de productos turísticos tales como servicios básicos y suplementarios”. Es un lugar donde las personas buscan distracción y relajamiento. Florido (2016) menciona que los factores que intervienen en el marketing de destino, son los factores demográficos y situacionales. Que tienen como objetivo la búsqueda de información, nuevas experiencias o la compra de servicios.

## **DESARROLLO**

### **Marketing turístico.**

Para Durieux, Do Amaral & Lenzi (2013) el marketing turístico es un desafío superable en el sector turístico, donde se determina las características del cliente o visitante, en sus diferentes temporadas siendo estas bajas y altas. Para la minimización de los impactos negativos que afecten la economía y el desarrollo de sitio turístico.

### **Estrategias de marketing.**

Según Farías (2014) es una herramienta básica para trabajar en marketing y conseguir los objetivos planteados, identificando el producto o servicio con mayor potencialidad. El cual será dirigido al mercado objetivo para posicionarlo, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

### **Promoción turística.**

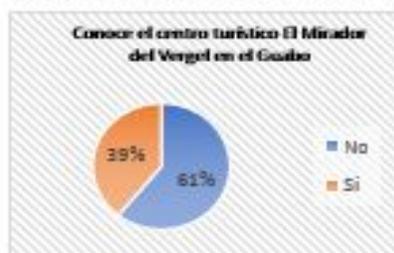
Para Caro, Luque, & Zayas (2015) es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para el lugar, la idea de promoción turística, hace referencia a la difusión de un lugar como destino turístico. Mediante el trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad con el propósito de ser competitivos.

El Mirador del Vergel es un atractivo turístico con gran potencial en la Provincia de El Oro, está ubicado en El Cantón El Guabo, cuenta con importantes recursos naturales, que no están siendo aprovechados en su totalidad. No cuenta con una campaña publicitaria, para la promoción de sus potenciales turísticos generando el desconocimiento del sitio en el mercado.

El Centro Turístico ofrece variedades de platos a la carta, entretenimiento como motocross, piscinas que cuentan con frescas y cristalinas aguas, satisfaciendo a sus clientes en cuanto a calidad de servicio, buena recreación, distracción al máximo y aventuras inigualables, dispone de un mirador que al caer la tarde el horizonte se observa hermosos paisajes y luces de las ciudades más cercanas como El Guabo, Pasaje, Machala y Puerto Bolívar. Para determinar si el sitio se encuentra en condiciones y establecer las estrategias de marketing, se aplicó un estudio con los siguientes resultados:

## Gráficos

Grafico 1. Personas que conocen El Mirador del Vergel



Fuente: Población de la Provincia del El Oro

Grafico 2. Transporte



Fuente: Población de la Provincia del El Oro

Grafico 3. Nuevos deportes



Fuente: Población de la Provincia del El Oro

Grafico 4. Publicidad



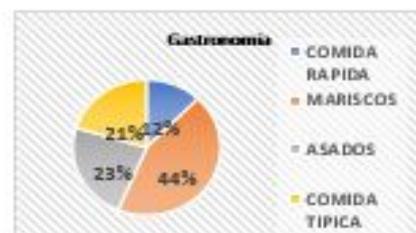
Fuente: Población de la Provincia del El Oro

Grafico 5. Medios de comunicación



Fuente: Población de la Provincia del El Oro

Grafico 6. Gastronomía



Fuente: Población de la Provincia del El Oro

Para la promoción del centro turístico se ha estudiado a los ciudadanos de la Provincia de El Oro, el **Grafico 1**. Nos indica el conocimiento del Centro Turístico un 61% No conocen, y el 39% Si lo conocen. **Grafico 2**. La preferencia de los medios de transporte por parte de los usuarios es el 50% chivas, un 18% buseta, el 16% bus y el 16 % otro tipo de transportes. **Grafico 3**, Los deportes de mayor preferencia son 33% canopy, 26%parapente, 17 rapel y el 4% otros deportes. **Grafico 4**. La publicidad de mayor preferencia es 45% medios electrónicos, 18% vallas publicitarias, 15% volantes, 12% banner, 9% pantallas led y el 5% publicidad móvil. **Grafico 5**. Los medios de comunicación de su preferencia el 57 % redes sociales, 21% páginas web, 15% prensa escrita y el 7% radio (Ver anexos n°1, 2,3 y 4) la subdivisión de los resultados del Grafico 5. **Grafico 6**. La preferencia gastronómica, el 44% marisco, 23% asados, 21% comida típica del lugar y el 12% comida rápida.

Darko Marich propietario del Centro Turístico, indica que el Mirador es fundamental para el sitio, por su vista privilegiada donde se observan los cantones; Pasaje y Machala, además tiene muchos atractivos como paseo a caballo, una pista de motocross, un pequeño zoológico, piscinas toboganes y su gastronomía como; platos típicos de la zona entre otros. El centro cuenta con el suficiente personal para brindar los servicios y comodidades a los turistas convirtiéndolo en un lugar encantador y mágico. Para promocionar el centro se estable la siguiente propuesta.

## **1.1 Plan estratégico de marketing para la promoción del centro turístico el Mirador del Vergel en la provincia de El Oro**

### **1.1.1 Resumen Ejecutivo.**

La propuesta plantea la ejecución de un plan estratégico de marketing para la promoción del lugar, luego de haber realizado un estudio de mercado a la población de la Provincia de El Oro. Donde se evidencio la necesidad de crear las siguientes

estrategias con el propósito de cubrir las necesidades de los turistas y la empresa, teniendo como resultados la implementación de nuevos deportes, ampliar el servicio de gastronomía, preferencias de transportes para acceder al sitio.

### **1.1.2 Análisis de situación.**

Ver (anexo n°5)

### **1.1.3 Planteamiento de objetivos.**

#### **Objetivo general**

- El plan tiene como objetivo principal posicionar al Centro Turístico como uno de los primeros en la Provincia de El Oro.

#### **Objetivos específicos**

- Renovar la imagen corporativa de la empresa para promocionar el Centro Turístico El Mirador del Vergel del Cantón El Guabo en la Provincia de El Oro.
- Implementar nuevos atractivos como elemento dinamizador del sitio, ofreciendo nuevas alternativas a sus visitantes.
- Determinar el medio de transporte para acceder al lugar, según los gustos y preferencias de los turistas.
- Mediante un conjunto de acciones promocionales incrementar la afluencia de los visitantes.
- Establecer los medios publicitarios que permitan dar a conocer el lugar, los productos y servicios que ofrece el Centro Turístico.

#### **1.1.4 Estrategias y Tácticas de Marketing.**

##### **Imagen corporativa.**

- Diseñar el logotipo del centro turístico utilizando una imagen llamativa que represente las características del sitio con los colores; verde, amarillo, azul y blanco (ver anexo n°6).
- Dotar al personal de uniformes con el distintivo del centro turístico, los cuales estarán diseñados acorde a los colores grabados en el logo de la empresa (ver anexo n°7).
- Diseño de 1000 tarjetas de presentación, que brinden información necesaria de la empresa dándole identidad al centro turístico (ver anexo n°8).

##### **Nuevos atractivos.**

- Se implementarán deportes adicionales como rapel, canopy, parapente y ciclismo, que harán del centro un lugar atractivo y novedoso (ver anexo n°9).
- Establecer un espacio dedicado para niños, que se adecuarán con juegos inflables en diferentes formas y tamaños (ver anexo n°10).

##### **Administrativo.**

- Se ubicará una oficina en la parte céntrica del Cantón El Guabo, como punto de encuentro y de información para las personas que desean visitar el sitio.

##### **Transporte.**

- Implementación de un servicio de transporte propio como buses y chivas para mejorar el acceso al centro turístico, de lunes a viernes de 9:00 a 18:00 horas, y los días sábados y domingos de 8:00 a 20:00 horas, con una frecuencia de cada dos horas.

### **Promoción.**

- Diseño de 500 souvenir para obsequiar a los visitantes, tales como camisetas, gorras, llaveros, monederos, destapadores de bebidas, jarros, manillas, bolsos y mini ejemplares del sitio, y contribuyan con la promoción de lugar turístico ver (anexo n°11).
- Se establecerá una agenda de eventos especialmente para las temporadas altas como carnaval y fin de año.
- Se realizará actividades en el mes de septiembre aprovechando las festividades del Cantón, como la presentación de artistas, nacionales o extranjeros.
- Organizar competencias de motocross cada 6 meses, que contara con la presencia de deportistas de alto reconocimiento nivel nacional.

### **Medios Publicitarios.**

- Se difundirá una capsula en You Tube promocionando todos los atractivos que tiene el centro turístico, el contenido de la capsula despertara el interés de las personas que visitan el sitio web para acudir al lugar.
- Se trasmitirá un spot publicitario los días lunes y miércoles en horario de 13:00 a 15:00 en la Radio Superior de la Provincia de El Oro.
- Se realizarán anuncios publicitarios en los diarios Correo y El Nacional los días lunes y domingos en la sección de clasificados, se utilizará este medio masivo de comunicación por la gran cantidad de lectores que pueden acceder al mensaje.
- Creación de un fan page en Facebook que nos brinde la oportunidad de interactuar directamente con los clientes, conocer sus gustos y saber que piensan de nuestro centro turístico ver (anexo n°12).
- Anuncios gratis en internet para facilitar la información que requiere el turista.
- Rediseñar la página web, que nos ayude a mejorar el contenido que se ofrece a los visitantes, logrando alcanzar los objetivos planteados por la empresa ver (anexo n°13).
- Crear un blog interactivo donde los clientes compartan sus experiencias vividas en el centro turístico.

## **Diseños**

- Diseño de un banner, que refleje los atractivos del lugar con el objetivo de llamar la atención y que el mensaje llegue al cliente ver (anexo n°14).
- Diseñar gigantografías, por tener un gran formato logra captar la atención de peatones y conductores en la vía, se colocarán a las entradas de los Cantones de Huaquillas donde nos permita llagar con el mensaje a turistas extranjeros y también en Santa Rosa y Machala, siendo ruta de turistas y de ciudadanos provinciales y nacionales ver (anexo n°15).
- Vallas publicitarias que serán colocadas en lugares estratégicos dentro de los cantones de Piñas, Pasaje y Arenillas, consiguiendo que su público objetivo tenga un gran número de impactos ver (anexo n°16).
- Publicidad móvil en transportes locales y provinciales, tendrá un diseño atractivo para provocar la reacción del público objetivo (anexo n°17).
- Se diseñará la publicidad para ser exhibidas en las pantallas Led (anexo n°18).
- Diseño de 2 Opis, se los ubicará en la ciudad de Machala por tener el mayor número de habitantes, estos serán expuestos en la entrada del Paseo Shopping y en el parque central ver (anexo n° 19).
- Diseño de 2 Mupis, para serán colocados en los siguientes paraderos; uno en la Av. 25 de junio y calle Circunvalación Norte, y el otro en la Av. Bolívar y calle Juan Montalvo ver (anexo n° 20).
- Diseño de rotulación para dar identidad y reconocimiento al sitio turístico dando la bienvenida y facilite el ingreso a los visitantes, será ubicado en la entrada del centro turístico (anexo n° 21).

### **1.1.5 Presupuesto.**

El detalle del presupuesto para la promoción del centro turístico se encuentra en el (anexo n°22).

### **1.1.6 Cronograma.**

El cronograma para desarrollar las diferentes estrategias de marketing se encuentra en el (anexo n°23).

### **1.1.7 Planeación de Contingencias.**

Ver (anexo n°24).

### **1.1.8 Procedimientos y Evaluación.**

Para la evaluación del plan estratégico se aplicará un control mediante el círculo de mejora continua o ciclo de Deming (planificar, hacer, verificar, actuar), que evaluará los diferentes procesos basado en la Norma ISO 9001:2015, de cumplimiento de las estrategias planteadas en un inicio.

## **1.2 Variables.**

### **1.2.1 Marketing mix.**

Según (Gallardo, 2013) afirma que el marketing mix es un conjunto de variables de investigación de mercado; producto, precio, plaza y promoción. Se desarrolla mediante un programa de servicio al cliente, relaciones publicas, servicios y ventas, entre otros.

### **1.2.2 Publicidad.**

Según (Moreno, 2014) menciona que la publicidad es, una herramienta del marketing que da a conocer a los clientes o consumidores la información de nuestros productos y servicios ofertados. Mediante mensajes de difusión y persuasión de las actividades o emprendimiento.

### **1.2.3 Publicidad en medios digitales.**

Para Gutiérrez & Nava, (2016) los medios digitales transforman las estrategias, el proceso de los productos y servicios de las empresas, relacionándolas entre empresa y redes. Esta herramienta es utilizada en el internet, para dar a conocer las características y atributos de los productos.

### **1.2.4 Estrategia digital.**

Para (Andrade, 2016) El uso de medios digitales permite optimizar al máximo los recursos de las empresas, obteniendo respuestas inmediatas de los usuarios, la información y comentario nos ayudara a la toma de decisión. Es la manera como ejecutamos una acción mediante el internet para informar y persuadir al usuario sobre la oferta de cualquier producto o servicio.

### **1.2.5 Segmentación.**

El Centro Turístico El Mirador del Vergel está dirigido a ciudadanos de 18 mayores de años y familias de la Provincia de El Oro, de la diferente clase sociales que gustan de practicar deportes diferentes y tener más cercanía con la naturaleza.

## **1.3 Cierre.**

El Centro Turístico presta las condiciones físicas para la práctica de nuevos deportes tales como, ciclismo, canopy, parapente, rapel. Las estrategias de promoción serán ejecutadas en los medios más utilizados. Esta propuesta plantea la promoción del sitio, que tendrá la acogida deseada en la Provincia de El Oro y será reconocido como uno de los destinos preferidos de los turistas por sus productos y servicio de calidad.

## CONCLUSIONES

- El Centro Turístico El Mirador Del Vergel es un centro que presta las condiciones apropiadas para ser visitado por familias y amigos que desean pasar momentos agradables.
- La renovación de la imagen es importante, le dará un nuevo giro a la empresa turística ya que todos sus servicios se renovarán logrando captar el interés de los turistas.
- Implementando nuevos atractivos turísticos o deportes se incrementa el número de visitantes gracias a la existencia de nuevas alternativas, que solo irían por el mirador y sus piscinas.
- Establecer unidades de transporte brindara un mejor servicio, comodidad y seguridad al turista al momento de trasladarse al sitio turístico.
- Mediante la ejecución de las estrategias de promoción el Centro Turístico El Mirador Del Vergel del Cantón el Guabo, lograra captar más turistas o clientes por sus nuevos servicios a ofrecer, y finalmente su posesión como uno de los primeros centros turísticos de la Provincia de El Oro.
- La publicidad conjuntamente con las estrategias son la mejor opción para el posicionamiento y crecimiento del Centro Turístico.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Andrade, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 59-72.
- Caro, J., Luque, A., & Zayas, B. (2015). Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 931- 945.
- Cuevas, T., & Carrillo, L. (2015). Influencia del impuesto hotelero en la red de promoción turística en la capital mexicana. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 112-130.
- Durieux, F., Do Amaral, S., & Lenzi, F. (2013). Superando la estacionalidad turística. Planificación y gerenciamiento de eventos y comunicación integrada de marketing. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 1214-1231.
- Farías, P. (2014). Estrategias de marketing utilizadas por las empresas chilenas para incrementar el valor de los clientes. *Cuadernos de Administración*, 8 - 14.
- Florido, L. (2016). Influencia de las características demográficas y situacionales en la satisfacción y toma de decisiones e las actividades turísticas através del mobile marketing. *Cuadernos de Turismo*, 143-165.
- Gallardo, L. (2013). El significado de las variables del marketing- Mix para los públicos objetivos. *Razón y Palabra*, 2-17.
- Gutiérrez, C., & Nava, R. M. (2016). Mercadotecnia digital y las pequeñas y medianas empresas: revisión de la literatura. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 41-61.
- Moreno, H. (2014). La influencia del precio y las estrategias de comunicación visual basadas en simbología cultural sobre la preferencia de marcas ecológicas y consumo sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 168-182.
- MTE. (02 de junio de 2017). MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. Obtenido de [www.turismo.gob.ec/](http://www.turismo.gob.ec/)
- Palacio, M., & Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 755-775.

## ANEXOS

### Anexo n° 1



### Anexo n° 2



### Anexo n° 3



### Anexo n° 4



## Anexo n° 5

### FODA del Complejo Turístico Mirador del Vergel

<p style="text-align: center;"><b>Fortaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Excelente ubicación geográfica</li><li>· Amplia infraestructura para satisfacer las necesidades de los clientes.</li><li>· Variedad de servicios (Gastronomía, piscina, recreación - deporte)</li><li>· Precios accesibles y calidad de servicios</li><li>· Clima agradable.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Empresa que carece de experiencia en promoción publicitaria.</li><li>· Los clientes no distinguen sus diferencias ante otros centros turísticos.</li><li>· No cuenta con clientes fieles al Complejo.</li><li>· No tiene servicio de hospedaje</li><li>· No está en la ruta de los transportistas públicos.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Cuenta con servicio de práctica de Motocross que otros centros turísticos no lo tienen.</li><li>· El Gobierno ha implementado un plan de desarrollo turístico a nivel país.</li><li>· Infraestructura para realizar eventos familiares y recreativos.</li><li>· Área de zoológico.</li><li>· Trabajo en unión con agencias de viajes.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Modernización de la competencia.</li><li>· Vías de acceso obstruidas por estación invernal.</li><li>· Crisis financiera.</li><li>· Inseguridad en la ruta de acceso al sitio.</li><li>· Pérdida de imagen en el mercado.</li></ul>

Imagen corporativa.

Anexo n° 6 Logotipo



Anexo n° 7 Uniformes



Anexo n° 8 Tarjetas de presentacion



**El centro turístico El mirador del Vergel ofrece:**

- Piscina
- Gastronomía
- Áreas verdes
- Parqueo
- Mirador panorámico del Cañón El Guabo

DUEÑO: JUANES GARCÍA PARRALES  
 Dirección: km 4.5 Vía Guabo - Páez  
 Teléfono: 0729461170 - 0794324734  
 Para mayor información:  
 Ingresa al:  
 ● [www.elmirador.com](http://www.elmirador.com)  
 ● [www.facebook.com/elmirador.com](http://www.facebook.com/elmirador.com)

SIGUEMOS:  
 Facebook  
 Instagram

**Anexo n° 9 Nuevos atractivos.**

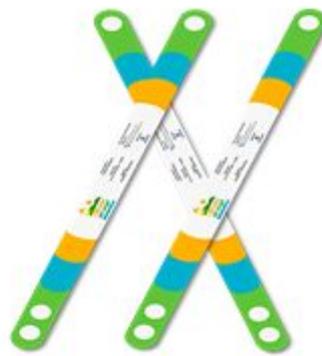




Anexo n° 10 Inflables para niños



Anexo n°11 Souvenir





**Medios Publicitarios.  
Cápsula en YouTube**





### Spot en Radio

¿Aún no te decides a donde pasarla bien? No te quedes con las ganas ven al Centro Turístico el Mirador del Vergel, y pasa momentos inolvidables junto a su familia y amigos, contamos con un amplio parqueadero, piscinas para el deleite de niños y grandes, divertidos toboganes, canchas de fútbol, pista de moto Cross, paseo a caballo, además contamos con un Mirador donde se obtiene una vista privilegiada del paisaje que lo rodea y para saborear tenemos nuestro festival de comidas típicas. Centro Turístico el Mirador del Vergel está ubicado en el Cantón El Guabo Km 4.5 Vía a pasaje, te esperamos.

### Medios Escritos

**El centro turístico El mirador del Vergel ofrece:**

- Piscina
- Gastronomía
- Paseo en caballo
- Pista de motocross
- Áreas verdes
- Parqueo
- Mirador panorámico del Cantón El Guabo

**Darko Marich**  
Gerente Propietario

**Dirección:**  
km 4.5 Vía Guabo - Pasaje

**telefono:**  
072950192 - 0994374734

**Para mayor información**  
ingresa a:

● [www.elmiradorec.com](http://www.elmiradorec.com)  
● [miradorec.blogspot.com](http://miradorec.blogspot.com)

**síguenos:**

**MiradorEc**

## Anexo n° 12 Fan Page en Facebook



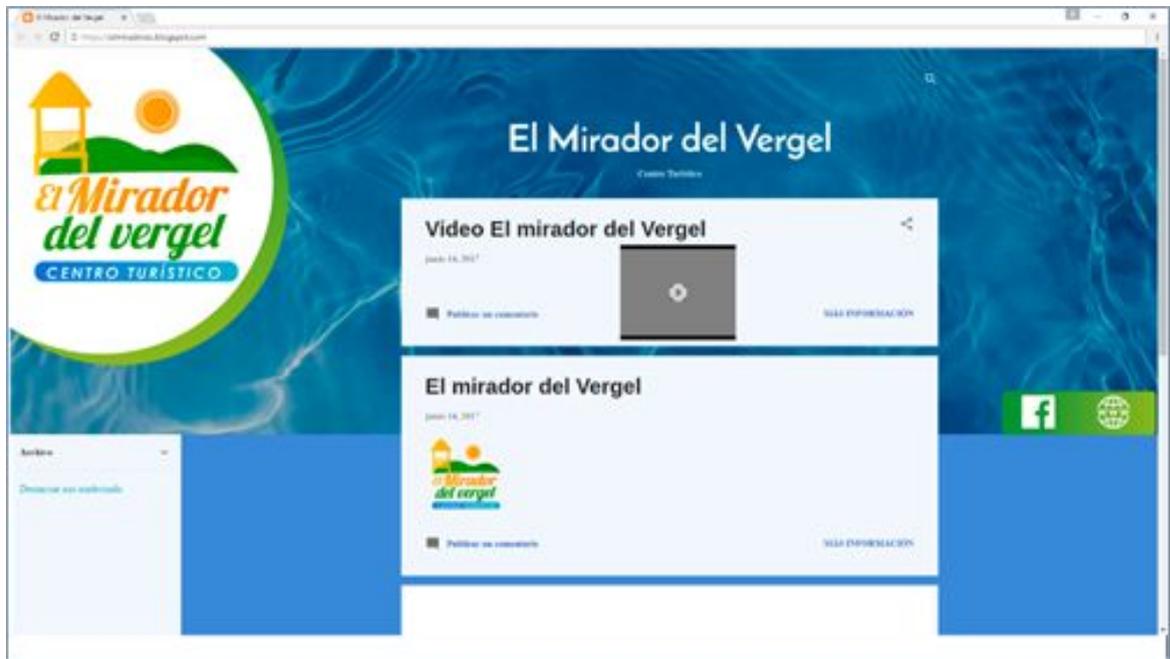
## Anuncios gratis Banner Digital



## Anexo n° 13 Rediseñar la Página Web



## Blog Interactivo



## Diseños

Anexo n° 14 Banner (Roll Up)



Anexo n°15 Gigantografía



Anexo n°16 Valla publicitaria



**Anexo n°17 Publicidad Móvil en Transportes**



**Anexo n°18 publicidad en Pantallas Led**



Anexo n°19 Diseño Opis



Anexo n°20 Diseño Mupis



Anexo n°21 Diseño de Rotulación



Diseño Brochure



### Anexo n°22 Presupuesto

No.	Imagen corporativa	P. Unit.	Total
1	Logotipo	300	300
2	uniformes	45	450
3	tarjetas de presentación	35	35
<b>Total</b>			<b>785</b>

No.	deportes adicionales	P. Unit.	Total
1	Rapel	1000	1000
2	Canopy	1000	1000
3	Parapente	1000	1000
4	Ciclismo	700	700
<b>Total</b>			<b>3700</b>

No.	espacio para niños	P. Unit.	Total
1	juegos inflables	800	1600
<b>Total</b>			<b>1600</b>

No.	Administrativo	P. Unit.	Total
1	oficina	500	500
<b>Total</b>			<b>500</b>

No.	Transporte	P. Unit.	Total
1	Buses	700	700
2	Chivas	600	600
<b>Total</b>			<b>1300</b>

No.	Diseño y artes	P. Unit.	Total
1	Banner	300	300
2	Collage	100	100
3	Suvenires	2000	2000
4	Gigantografías	1200	3600
5	Vallas	800	2400
6	Pantalla led	1000	1000
7	Capsula	150	150
8	Arte publicitario redes sociales	300	300
9	Fans page de Facebook	100	100
10	Rotulación móvil	125	2500
11	Prensa escrita	400	400
12	Newletters	75	300
13	Opis	250	500
14	Mupis	300	600
<b>Total</b>			<b>16050</b>



## Anexo n°24 Plan de Contingencia

<b>Plan de contingencia</b>					
Objetivo	Estrategias	Programas relacionados con las estrategia	Costos	Responsable	Fecha de cumplimiento
Incrementar el número de visitantes en un 50% hasta el mes de 28 febrero de 2018.	Realizar trasmisiones en vivo de las actividades del Centro Turístico	Difucion en la fans page de facebook	\$100,00	Darko Marich.	Corto plazo – 6 meses.
Incrementar el número de visitantes en un 50% hasta el mes de 28 febrero de 2018.	Actividades deportivas para niños	Realizar copetencias de cilismos cada 3 meses	\$400,00	Darko Marich.	Corto plazo – 6 meses.
Incrementar el número de visitantes en un 50% hasta el mes de 28 febrero de 2018.	Resiseñar las vayas publicitarias	Ubicarlas encada uno d ellos cantones de La Provincia	\$1.400,00	Darko Marich.	Corto plazo – 6 meses.
Incrementar el número de visitantes en un 50% hasta el mes de 28 febrero de 2018.	Realizar descuentos del 30% de consumos a clientes frecuentes	Publicacion en la prensa escrita y radio difusión durante un periodo de un mes todos los dias.	300.00	Darko Marich.	Corto plazo – 6 meses.
Incrementar el número de visitantes en un 50% hasta el mes de 28 febrero de 2018.	Elegir tres nuevos diseños de Mupis para colorarlos en nuevos paraderos.	Tabla de impuesto a la renta para sociedades	\$900,00	Darko Marich.	Corto plazo – 6 meses.