



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**Plan de Promoción Turística en el Cantón Pasaje, a través de videos
demostrativos en redes sociales.**

**MUESES APOLO DEIMAR SEBASTIAN
LICENCIADO EN TURISMO**

**ESPINOZA CORONEL LISSETTE STEFANIA
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**Plan de Promoción Turística en el Cantón Pasaje, a través de videos
demostrativos en redes sociales.**

**MUESES APOLO DEIMAR SEBASTIAN
LICENCIADO EN TURISMO**

**ESPINOZA CORONEL LISSETTE STEFANIA
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2023**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTOS INTEGRADORES

**Plan de Promoción Turística en el Cantón Pasaje, através de videos
demostrativos en redes sociales.**

**MUESES APOLO DEIMAR SEBASTIAN
LICENCIADO EN TURISMO**

**ESPINOZA CORONEL LISSETTE STEFANIA
LICENCIADA EN TURISMO**

NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL

**MACHALA
2023**

Plan de Promoción Turística en el Cantón Pasaje, a través de videos demostrativos en redes sociales.

por LISSETTE ESPINOZA CORONEL

Fecha de entrega: 11-mar-2024 10:56a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2317778007

Nombre del archivo: ANTIPLAGIO_PROYECTO_INTEGRADOR.docx (4.03M)

Total de palabras: 10909

Total de caracteres: 62323

Plan de Promoción Turística en el Cantón Pasaje, a través de videos demostrativos en redes sociales.

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	"Identidades andinas en disputa: la danza de caporales en el espacio transnacional andino", Pontificia Universidad Catolica de Chile, 2023 Publicación	<1 %
2	Submitted to Universidad Manuela Beltrán Trabajo del estudiante	<1 %
3	Submitted to Enterprise-Escuela de Educacion Superior Pedagogica Marcos Duran Martel- Trabajo del estudiante	<1 %
4	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
5	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1 %
6	dadospdf.com Fuente de Internet	<1 %
7	issuu.com Fuente de Internet	<1 %

8	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
9	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1 %
10	media.timetoast.com Fuente de Internet	<1 %
11	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Central del Este Trabajo del estudiante	<1 %
13	repositorio.uti.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	doczz.es Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Submitted on 1686772765689 Trabajo del estudiante	<1 %
18	Submitted to Universidad Politécnica de Madrid Trabajo del estudiante	<1 %
19	projects.takingitglobal.org	

Fuente de Internet

<1 %

20

www.cnr.uidaho.edu

Fuente de Internet

<1 %

21

www.safaribooksonline.com

Fuente de Internet

<1 %

22

docs.google.com

Fuente de Internet

<1 %

23

pesquisa.bvsalud.org

Fuente de Internet

<1 %

24

revista.uct.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

25

Nohemy Miriam Canahua Apaza.
"Implementación de la metodología TPM-
Lean Manufacturing para mejorar la eficiencia
general de los equipos (OEE) en la producción
de repuestos en una empresa
metalmecánica", Industrial Data, 2021

Publicación

<1 %

26

accesoabierto.uh.cu

Fuente de Internet

<1 %

27

go.gale.com

Fuente de Internet

<1 %

28

memoriascimted.com

Fuente de Internet

<1 %

29	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	riull.ull.es Fuente de Internet	<1 %
31	telstarsnetball.co.uk Fuente de Internet	<1 %
32	transportesynegocios.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
33	www.berger-lahr.de Fuente de Internet	<1 %
34	www.educacion-pichincha.com Fuente de Internet	<1 %
35	www.fincaraiz.com.co Fuente de Internet	<1 %
36	www.proz.com Fuente de Internet	<1 %
37	aunarcali.edu.co Fuente de Internet	<1 %
38	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
39	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
40	doaj.org Fuente de Internet	<1 %

41	gestiopolis.com Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.ute.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	storify.com Fuente de Internet	<1 %
44	www.dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
45	www.swissworld.org Fuente de Internet	<1 %
46	www2.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
47	bdigital.uexternado.edu.co Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

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

Los que suscriben, MUESES APOLO DEIMAR SEBASTIAN y ESPINOZA CORONEL LISSETTE STEFANIA, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado Plan de Promoción Turística en el Cantón Pasaje, a través de videos demostrativos en redes sociales., otorgan 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 tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran 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.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen 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.



MUESES APOLO DEIMAR SEBASTIAN

0704635994



ESPINOZA CORONEL LISSETTE STEFANIA

0706683919

Dedicatoria 1.

En primer lugar, agradezco a Dios por permitir en ayudarme a terminar este proyecto integrador junto con mi compañera Lissette Espinoza, gracias el valor y la fuerza para poder hacer de este sueño realidad en cada instante de mi vida te lo agradezco tú me distes tranquilidad y confianza, gracias. También agradezco a mi mamá que es el pilar de mi futuro, por estar a mi lado en cada momento de mi vida, por guiar mis pasos y darme inteligencia para poder culminar mi proyecto.

Deimar Muses Apolo.

Dedicatoria 2.

Dedico principalmente a Dios, por ser mi guía y fortaleza desde el día uno que empecé, por no abandonarme en los días más difíciles de la carrera.

A mis padres y hermanas , por su amor, trabajo, sacrificio y consejos en todos estos años, a mi hermana Lady por siempre haber estado ahí y no dejarme vencer y aun en la distancia me sigue alentando para ser una mejor persona en la profesión.

Lissette Espinoza Coronel

Agradecimiento 1.

Dedico este proyecto principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. A mi padrastro Mauricio, a quien quiero como a un padre, por compartir momentos agradables conmigo y por siempre estar dispuesto en escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mi amiga incondicional Lissette Espinoza, porque te amo infinitamente por ser unas de las personas que más aprecio en mi círculo social, porque siempre hemos logrado muchas cosas juntos en nuestra vida universitaria.

Deimar Mueses Apolo.

Agradecimiento 2.

Agradezco a la Universidad Técnica de Machala por darme el espacio de aprendizaje y formación profesional, a mis profesores desde el primer semestre hasta octavo semestre que supieron darme sus conocimientos durante todos los ciclos. A mi tutor: Mauricio Noblecilla que estuvo guiándonos en cada paso de este proyecto junto a mi compañero y amigo Deimar Mueses, quien fue mi mano derecha y dupla para pasar los obstáculos de la carrera, a mi grupo de amigos por ser parte de esta etapa universitaria que estuvieron en los días buenos y malos apoyándome.

Lissette Espinoza Coronel

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar un plan de promoción turístico, mediante videos demostrativos e informativos en redes sociales del cantón Pasaje, usando las herramientas metodológicas como las encuestas, entrevistas, recopilación bibliográfica, fichas de observación y se identificó la problemática existente alrededor del turismo dentro del cantón. Mediante la promoción turística se busca promover el crecimiento de empleo y reactivación de los sitios turísticos, ayudando a los negocios locales y emprendedores a tener ingresos económicos.

Se utiliza dos tipos de métodos de investigación, el inductivo y analítico, serán usados para conocer los lugares y actividades turísticas que tiene por ofrecer el cantón y mediante las respuestas de encuestas y entrevistas se analizara los puntos buenos y malos de los sitios.

Palabras clave:

Promoción turística, sitios turísticos, actividades turísticas, reactivación, redes sociales.

ABSTRACT

The purpose of this research is to design a tourism promotion plan through demonstrative and informative videos on social media for the Pasaje canton, using methodological tools such as surveys, interviews, bibliographic compilation, observation sheets, and identifying the existing issues concerning tourism in the canton. Through tourism promotion, the aim is to promote job growth and the reactivation of tourist sites, helping local businesses and entrepreneurs generate income. Two types of research methods, namely inductive and analytical, will be used to explore the tourist sites and activities that the canton has to offer, and through survey responses and interviews, the strengths and weaknesses of these sites will be analyzed.

Key words:

Tourism promotion, tourist sites, tourist activities, reactivation, social networks.

Contenido del Índice

Dedicatoria 1	1
Dedicatoria 2	1
Agradecimiento 1	2
Agradecimiento 2	2
RESUMEN	3
Palabras clave:	3
ABSTRACT	4
Key words:	4
CAPÍTULO I	8
INTRODUCCIÓN	8
JUSTIFICACIÓN	10
OBJETIVOS	12
OBJETIVO GENERAL	12
OBJETIVO ESPECÍFICOS	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
CAPITULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
MARCO CONCEPTUAL	19
CAPITULO III	25
METODOLOGÍA	25
Metodología cuantitativa	25
Metodología cualitativa	25
Metodología mixta	25
MÉTODO	26
Método Inductivo.....	26

Método Analítico	26
TIPOS DE INVESTIGACIÓN	27
De Observación.....	27
De Descripción	27
INSTRUMENTOS DE HERRAMIENTAS	27
Entrevista	27
Encuesta	28
Investigación de campo.....	28
Investigación bibliográfica.....	28
<i>Tabla 1. Variables de la herramienta de recolección de datos (Encuesta)</i>	30
POBLACIÓN Y MUESTRA	33
PREGUNTAS DE ENCUESTA	34
Encuesta a los turistas	34
Encuesta a los moradores.....	35
TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS MORADORES	37
<i>Ilustración 1</i>	37
<i>Ilustración 2</i>	37
<i>Ilustración 3</i>	38
<i>Ilustración 4</i>	38
<i>Ilustración 5</i>	39
TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS TURISTAS	40
<i>Ilustración 6</i>	40
<i>Ilustración 7</i>	40
<i>Ilustración 8</i>	41
<i>Ilustración 9</i>	41
<i>Ilustración 10</i>	42
CAPITULO IV	43

PROPUESTA	43
Información básica de los atractivos turísticos del cantón Pasaje.	43
Modelo Estratégico para realizar y promocionar el Cantón Pasaje en las redes sociales a través de videos demostrativos.	48
<i>Ilustración 11</i>	48
Descripción de la edición de los videos a promocionar.	48
<i>Ilustración12</i>	48
<i>Ilustración 13</i>	49
<i>Ilustración 14</i>	49
<i>Ilustración 15</i>	50
<i>Ilustración 16</i>	50
<i>Ilustración 17</i>	51
<i>Ilustración 18</i>	51
<i>Ilustración 19</i>	52
<i>Tabla 2. Presupuesto a usar</i>	58
Fichas de Observación de los Atractivo Turístico	59
<i>Ficha 1</i>	59
<i>Ficha 2.</i>	61
<i>Ficha 3</i>	63
<i>Ficha 4</i>	65
CONCLUSIÓN	70
RECOMENDACIONES	70
Bibliografía.....	71

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Ecuador es uno de los destinos más populares en la actualidad por sus atractivos turísticos, paisajes naturales y culturales. En los últimos años, el turismo ha provocado varios cambios que han ayudado a mejorar la calidad de vida de las personas y comunidades existentes. El turismo se ha convertido en el principal ingreso del país, que es la clave para el desarrollo económico del país. Los diferentes modos de viaje permiten a los turistas visitar lugares que realmente les gustan, sentirse cómodos y hacerlos regresar en busca de más experiencias; El hecho de que las personas se sientan satisfechas con un lugar promueve el desarrollo del turismo y su patrimonio, el turismo incluye visitas a familiares o amigos, la vida empresarial, la religión, la cultura y otros motivos. (Dayanara Sandoval, 2018)

Pasaje de las Nieves es un cantón con un potencial impresionante para el desarrollo del turismo o de naturaleza. cuenta con una gran diversidad de atractivos turísticos, como aventura ecológica, cultural y gastronómica; la parte más alta de este territorio cuenta con diversos bosques tropicales con una asombrosa biodiversidad, montañas atravesadas por legendarios caminos preincas, ríos rugientes e imponentes cascadas.

Este trabajo se realizó en el cantón de Pasaje, que tiene muchas atracciones turísticas interesantes e innovadoras para que los turistas las visiten, pero la población actual no ha utilizado esas atracciones lo suficiente porque solo las usa los fines de semana y días festivos. Los lugares más conocidos del cantón son: Balneario “Las Dos Bocas”, “La Cocha”; La Laguna del Amor; Cascada Rio Pindo y Cascadas o Pailones de Casacay, entre otros. El propósito de este trabajo es demostrar la promoción turística, cuentan los turistas para un buen aprovechamiento de los atractivos turísticos del cantón Pasaje.

Se ha evidenciado las siguientes causas, como no obtener el aprovechamiento del potencial turístico para uso recreativo y paisajístico de algunas áreas naturales es poco conocido por los visitantes del cantón Pasaje, como siguiente causa se basa por la falta de promoción turística por medio de las redes sociales, donde se pueden obtener una variedad de productos ofertados y consumidos por los visitantes, y como otra causa se da por la falta de motivación del desplazamiento turístico, sin embargo, cada vez que una persona emprende un viaje en busca de uno de esos atractivos turísticos, genera necesidades de transporte, alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento.

Por estas causas en el presente trabajo establece como problema principal de estudio en el cantón Pasaje, porque no existe una actualización de información turística por parte del GAD Cantonal de los sitios turísticos del Cantón Pasaje, en el año 2020 los sitios turísticos fueron afectados a la baja de visitas y al cierre de las mismas, es por ello que, poco a poco se ha venido reactivando los sitios turísticos, pero las personas no tienen conocimiento de las aperturas, no hay un sitio web o persona que comunique su reactivación, los pequeños emisores que informa el municipio del cantón no tiene un impacto grande para llegar al público, esto si no se resuelve podría afectar a la economía turística del cantón al no tener visitas de turistas en los sitios turísticos.

El presente trabajo está direccionado como objetivo general diseñar un plan de promoción turístico, mediante videos demostrativos e informativos en redes sociales, investigaciones bibliográficas, que permita la demostración de los sitios turísticos en el cantón Pasaje, habiéndonos planteado los siguientes objetivos específicos:

- Diagnosticar los lugares turísticos del cantón Pasaje a través de fichas de observación y de encuestas a los moradores de los sitios para la obtención de información sobre la creación de promoción turística.

- Investigar información turística en sitios bibliográficos y visitas al campo, para la presentación en videos promocionales.
- Describir las características de la promoción turística del Cantón Pasaje en las redes sociales mediante videos para que los turistas tengan una mejor visión de las comunidades.

La metodología en el proyecto está adaptada con el método inductivo utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, y el método analítico donde se consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.

Se utilizará dos tipos de investigación: deductivo y analítico. La investigación del método deductivo se utilizará para encontrar las actividades culinarias o de entretenimiento más específicas del estado que interesen a los viajeros, para crear publicidad turística más precisa donde se recopilen datos de encuestas, monitorear o entrevistar a los consumidores sobre sus preferencias y compras. hábitos relacionados con productos similares a los productos que desea vender. Este método analítico se aplicará luego de recibir retroalimentación de encuestas y entrevistas realizadas a turistas, público en general, operadores y autoridades pertinentes para conocer los aspectos positivos y negativos del Cantón Pasaje en el sector turístico. Se utiliza para sacar conclusiones específicas a partir de premisas generales y llegar a conclusiones específicas aplicando estas premisas a un caso particular. Por tanto, el método deductivo se basa en un razonamiento general.

JUSTIFICACIÓN

La realización de este estudio de caso se enfocará en la promoción turística actual del cantón Pasaje, la ventaja de las redes sociales es que los usuarios están dispuestos a

compartir información sobre sus intereses y preferencias, lo que permite un mejor control sobre el grupo objetivo, por tanto, el beneficio que aporta este medio es la presentación de contenidos comerciales específicos para atraer clientes potenciales. La mayoría de las empresas eligen un plan estratégico que incorpora valores de marca porque no sólo promueve la ubicación, ciudad o país sino también el concepto. (Edison Patricio Ayerve-Ramirez, 2021)

Es de gran interés realizar esta investigación sobre las promociones turísticas a través de videos demostrativos en redes sociales del Cantón Pasaje, en la actualidad, un gran número de personas que quieren viajar a destinos de viaje, optan por alternativas de comunicación y planificación online, entre las que destacan las redes sociales lo cual es una buena herramienta para activar el turismo en el cantón. (Gutiérrez y otros, 2018)

Es importante la promoción turística del Cantón Pasaje porque va a beneficiar en la economía a los prestadores de servicios y moradores de los atractivos turísticos, hay turistas que son buscadores de aventuras que buscan y definen destinos desconocidos. Son personas curiosas que quiere ver el mundo, “explorar una nueva cultura y desestresarse alejándose de la vida cotidiana”, el cantón ofrece turismo de aventura y de desconexión con la ciudad. (Rolando & Estela, 2020)

Lo que distingue este proyecto con otros, es que esta propuesta quiere mostrar y promocionar los sitios desde la vista del turista, que sea el principal promotor para que los futuros visitantes se animen a conocer el Cantón.

Resulta factible realizar este caso de estudio puesto que, gracias a las redes sociales, a los moradores y a las autoridades, el cantón podrá desarrollarse turísticamente, generando así una mayor cantidad de visitantes satisfaciendo las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros y obteniendo una mejora de ingresos económicos y reconocimiento del lugar. (Andrés y otros, 2022)

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan de promoción turístico, mediante videos demostrativos e informativos en redes sociales, investigaciones bibliográficas, que permita la demostración de los sitios turísticos en el cantón Pasaje.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Diagnosticar los lugares turísticos del cantón Pasaje a través de fichas de observación y de encuestas a los moradores de los sitios para la obtención de información sobre la creación de promoción turística.
- Investigar información turística en sitios bibliográficos y visitas al campo, para la presentación en videos promocionales.
- Describir las características de la promoción turística del Cantón Pasaje en las redes sociales mediante videos para que los turistas tengan una mejor visión de las comunidades.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el sector turístico, las redes sociales han tenido un gran impacto en la forma en que las personas buscan, comparten información e incluso toman decisiones sobre destinos. Las redes sociales han complementado e incluso sustituido las fuentes tradicionales de información sobre viajes como guías, libros, periódicos y revistas. Estos nuevos canales de comunicación proporcionan a los usuarios información sobre viajes y permiten el intercambio interactivo de experiencias. Los consumidores ahora ven las redes sociales como una fuente más confiable de información sobre productos y servicios que los canales de comunicaciones de marketing patrocinados por corporaciones que a menudo se utilizan como medio para promocionar productos y servicios. Sin embargo, aunque el uso de las redes sociales se ha convertido en una importante herramienta de marketing para la industria del turismo, se necesita más investigación sobre cómo las marcas turísticas utilizan las redes sociales, su importancia en este contexto y las perspectivas futuras. (Miguel Ángel Sánchez Jiménez, 2020)

Por otro lado, Cuba cuenta actualmente con un total de diez ciudades, las cuales han sido reconocidas como importantes por su patrimonio histórico, cultural y natural popular en varias guías mundiales. Sin embargo, existen otros que ni siquiera están en la oferta nacional como destinos debido a la pérdida de valor de uso turístico. Uno de ellos originalmente conocido como Madruga, ubicado en la provincia de Mayabeque, hoy su atractivo turístico no tiene presencia en el ciberespacio, solo algunas menciones en la sección Mayabeque de portales como CubaTravel o Abc Viajes y en la sección no se muestra en las redes sociales. Sin embargo, su uso social ha contribuido no solo a su popularización, sino también a la paulatina renovación del turismo en el territorio. (Beaton y otros, 2022)

El Ecuador es un país rico en recursos naturales y hermosos paisajes, que tiene potencial para desarrollar el turismo, pero no se promocionan todos los atractivos con

potencial turístico, por lo que muchos ecuatorianos no conocen ninguno de ellos y mucho menos los extranjeros. Cascada Salto de Oro, ubicada en la parroquia de Jerusalén en el estado de Pedro Carbo, provincia del Guayas, en la costa de Ecuador. Las redes sociales son herramientas que nos permiten compartir información con amigos, esta información puede ser texto, audio, video. Casi nadie se une a una red social porque quiere vender algo, sino porque quiere conectar con la gente. con intereses similares. Sin embargo, no se pueden omitir los medios sociales tradicionales que promueven la publicidad, también se incluirán en la promoción turística del sitio, debido a que son considerados los medios más numerosos y populares y están formados por personas que tienen una relación común a través de actividades comunes o intereses; por ejemplo. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube. (Sierra y otros, 2019)

En la Provincia de El Oro, el cantón Pasaje cuentan con gran variedad de gastronomía y de lugares turísticos por ser un cantón que cuenta con un gran potencial turístico para ser visitado, entre sus lugares más destacados están Pailones Río Tobar, Laguna del Amor, La Cocha, Balneario Laguna Azul, Balneario Calichana, Chorrera Río Pindo, Dos Bocas. (Robalino-Coyago y otros, 2021)

Tiene lugares para disfrutar en familia y amigos un buen fin de semana. Sin embargo, no existe información clara y visual de sitios turísticos, restaurantes, hoteles o transporte que lleve al turista a disfrutar de ellos. No cuentan con información sobre la seguridad en algunos sitios turísticos del cantón y falta de marketing digital y es muy necesario realizar información visual para la reactivación turística, es una forma de llamar la atención y vender el atractivo turístico, si no se tiene una solución para vender los sitios puede correr el riesgo de que el turismo en el cantón Pasaje caiga. La tecnología se ha convertido en un aliado estratégico del sector turístico, especialmente en el ámbito promocional.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo el diseño de un plan de promoción turístico basado en videos demostrativos e informativos en redes sociales incide en el mejoramiento en los sitios turísticos del Cantón Pasaje?

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Desarrollo Turístico

“El desarrollo del turismo fortalece su dinámica económica, social y cultural y facilita la articulación de cada componente del sistema turístico. Además, aumenta los ingresos laborales y económicos de los habitantes del lugar de estas instalaciones y medios”. (María Verónica Arroyo Cobeña, 2018, pág. 45).

Marketing turístico una oportunidad para pequeñas y medianas empresas.

A lo largo de los años, el marketing ha pasado por fases de “antes” y “después”. Debido a su crecimiento, alrededor de la década de 1960, este cambio de era se produjo principalmente debido a la expansión económica en Estados Unidos y Europa, porque antes los viajes se hacían por el hecho de ser necesarios y no consistentes con las nociones populares del turismo. actividades de relajación y entretenimiento.

Debido a la creciente difusión del turismo, surgió la demanda de promover todos los servicios turísticos existentes, dando origen al concepto de marketing turístico. Philip Kotler, uno de los pioneros en su definición, lo describió en su obra "Marketing Turístico" como la habilidad y conocimiento para atraer, retener e incrementar la cantidad de clientes rentables para las empresas relacionadas con el turismo. (Córdova y otros, 2018, pág. 114).

La combinación del marketing turístico con la tecnología de los nuevos medios representa una herramienta valiosa para promocionar todos los aspectos innovadores y distintivos de los productos turísticos. Esta integración se lleva a cabo con el objetivo de potenciar las estrategias promocionales, permitiendo el desarrollo de iniciativas tanto a gran escala como a pequeña escala en el ámbito urbano, con el fin de impulsar las actividades turísticas en la zona. (Tenecota y otros, 2020, pág. 25).

Ventajas del Marketing Digital

El marketing digital hoy en día se ha vuelto una herramienta eficaz y un facilitador de procesos para el comercio nacional e internacional, utilizando diversas técnicas se pueden idear modelos de negocios y estrategias orientadas a detectar oportunidades en los mercados globales, para lo cual exigen que las empresas desarrollen formas de comunicación y que integren un plan de marketing, con este fin las empresas logren segmentar sus mercados y conocer los medios sociales que se utilizan en cada país, los profesionales en el campo del marketing digital, lo consideran que si un producto o servicio no se encuentra en Internet simplemente no existe. (Samaniego y otros, 2018)

Una de las ventajas de los beneficios del marketing está relacionados con la competitividad, lo que permitirá un mejor posicionamiento del producto. Otra ventaja proviene del hecho de que cualquiera puede vender o promocionar algo, independientemente de su mercado y tamaño.

“Además, el marketing digital ofrece una serie de oportunidades de participación porque puede conocer las necesidades de sus clientes consumidores sobre cualquier servicio o producto” (Violeta, 2021, pág. 56).

Redes Sociales como herramienta promocional.

Según Ramalho et al.(2019) un viajero interesado en un destino anunciado está dispuesto a realizar una investigación más detallada sobre ese destino, aclarar sus dudas y reservar billetes y hoteles online para asegurar el viaje. Las comparaciones en diferentes sitios permiten encontrar las mejores opciones en cuanto a precios y servicios ofrecidos, así como encontrar reseñas de otros turistas que han visitado la ciudad. Antes de viajar, las personas investigan la ubicación de los destinos e incluso planifican sus visitas buscando en Internet, donde pueden

encontrar innumerables opciones y planificar su propio programa sin salir de casa.
(2019, pág. 405)

Instagram está experimentando un crecimiento significativo y desempeña un papel crucial y cada vez más destacado en el ámbito de las redes sociales. Es esencial que los usuarios e investigadores reconozcan que la plataforma va más allá de ser simplemente una herramienta de comunicación o relación. Instagram se ha consolidado como una plataforma influyente en el ámbito del marketing y la comunicación de marcas, ofreciendo herramientas que permiten una conexión más efectiva con la sociedad. Esto posibilita la creación de nuevas formas de interactuar y proporcionar contenido audiovisual que influya en los consumidores a través de elementos como intereses y creatividad, generando así una necesidad de adquirir productos. Ecuador cuenta con recursos turísticos abundantes que pueden ser utilizados de manera responsable. Por lo tanto, es imperativo que la academia, las organizaciones y los gestores en el campo del turismo asignen recursos para comprender y aprovechar estas plataformas con el fin de promocionar destinos de viaje (Martínez y otros, 2023, pág. 356).

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el turismo.

Las TIC ha cambiado la forma en que se informan los viajes, la forma en que las empresas y la comunidad de viajes trabajan para diseñar y comercializar sus productos, y está cambiando la forma en que los viajeros planifican. Reservan y viven su experiencia de viaje.

Según Ferrá y Cardona, afirman que las TIC son parte de la cultura moderna y aumentan las oportunidades de desarrollo social personal. El concepto de TIC suele incluir no sólo ordenadores y tecnologías relacionadas, telecomunicaciones

y multimedia, sino también todo tipo de medios: las redes sociales y las herramientas de comunicación entre individuos se basan en tecnologías tradicionales, como el teléfono. (Montoya y otros, 2018, pág. 138)

El uso de las TIC ha abierto nuevas oportunidades en el turismo, como una mejor personalización de los servicios, especialmente relacionados con las recomendaciones de viaje y la selección de lugares para visitar, con el fin de aumentar el valor añadido de estos destinos. Personalización significa el proceso de recopilar y utilizar datos personales sobre las necesidades y preferencias del cliente para crear ofertas e información que se adapten perfectamente a las necesidades del cliente. (Jiménez & Allés, 2018)

Promoción turística a través de videos informativos.

Las estrategias utilizadas para promover el turismo incluyen videos que pueden duplicar la participación al influir en las decisiones de los viajeros que pueden dudar. De hecho, una investigación realizada por Google e Ipsos MediaCT muestra que el 65% de los viajeros ven videos antes de viajar. En los últimos años, el consumo de vídeos de viajes ha aumentado un 118% y los vídeos sobre destinos de viaje, aerolíneas y hoteles tienen una gran demanda (Zambrano & Quiñonez, 2021).

MARCO CONCEPTUAL

Marketing de contenido.

La esencia del marketing de contenidos radica en la premisa de que al proporcionar información pertinente y valiosa, logramos establecernos en la percepción del consumidor como líderes de opinión y especialistas en nuestra área. Esta posición facilita el acceso a la marca, manteniendo la atención del usuario a lo largo de su trayecto y guiándonos hacia el logro de nuestros objetivos. (Velázquez & Hernández, 2019).

La idea central es que este enfoque de marketing busca posicionar la marca en la mente del consumidor. Esto va más allá de la simple visibilidad y apunta a crear una asociación más profunda y positiva en la percepción del consumidor.

Redes sociales

Las redes sociales son herramientas para promocionar el contenido de servicios o productos digitales con fines de venta, por lo que al utilizar redes para distribución es necesario identificar el público objetivo. Hoy en día, su influencia es tan fuerte que las redes sociales enfatizan cada vez más las relaciones personales cotidianas, facilitando así la creación de nuevas formas de comunicación interpersonal y de nuevos comportamientos colectivos. (Cavero, 2022).

Se destaca la necesidad de identificar el público objetivo al utilizar redes sociales para la distribución de contenido. Este punto subraya la importancia de la segmentación del mercado y la personalización en las estrategias de marketing digital, esto indica que estas plataformas no solo sirven como canales de marketing, sino que también desempeñan un papel clave en la evolución de la comunicación en la sociedad.

Atractivo turístico

Según Zambrano y Quinteros (2018, pág. 165) la noción de atractivo turístico se describe como la combinación de aspectos tangibles e intangibles que pueden ser convertidos en un producto turístico capaz de influir en la decisión del turista, motivándolo a visitar un área específica mediante desplazamientos desde su lugar de residencia habitual. De este modo, dicho territorio experimenta una transformación, convirtiéndose en un destino turístico.

El objetivo del atractivo turístico es impactar la decisión del turista. Se subraya que esta influencia es lo que motiva al turista a visitar una región en particular. La

conexión emocional o experiencial se convierte en un factor clave en la toma de decisiones, no solo atrae la atención del turista, sino que también induce desplazamientos desde su lugar de residencia habitual. Este aspecto resalta la movilidad y la disposición de viajar como resultado directo de la atracción generada.

Destino

“Un destino se define como un entorno físico y social con atributos y particularidades específicas. Este lugar exhibe una interacción de valores ambientales, regionales, sociales y culturales que le confieren vitalidad, proporcionando al visitante una vivencia integral.” (Melgarejo y otros, 2018)

Esta expresión subraya la diversidad y singularidad que puede tener cada destino. Los destinos pueden abarcar aspectos geográficos, culturales, sociales y ambientales, contribuyendo a la identidad única de cada lugar.

Desarrollo del turismo sostenible.

El desarrollo del turismo sostenible busca cumplir con las demandas presentes de los turistas y de las regiones anfitrionas, al mismo tiempo que preserva y mejora las oportunidades futuras. Este enfoque se dedica a la administración integral de todos los recursos, asegurando la satisfacción de necesidades económicas, sociales y estéticas, al tiempo que respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos fundamentales, la biodiversidad y los sistemas de apoyo vital (Ramírez y otros, 2020).

Tiene como objetivo principal satisfacer las demandas actuales tanto de los turistas como de las regiones anfitrionas. Esto sugiere una atención equilibrada hacia los beneficios inmediatos y a largo plazo. Esto sugiere un enfoque holístico que va más allá de lo meramente económico, considerando el bienestar social y la apreciación estética.

Resalta que el turismo sostenible no solo se trata de satisfacer las necesidades presentes, sino también de preservar y mejorar las oportunidades futuras. Este enfoque busca garantizar la sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Turismo

Según Aguilar et al. (2018) el turismo es un fenómeno social que consiste en el reasentamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que se trasladan de un lugar de residencia permanente a otro principalmente por motivos de descanso, entretenimiento, cultura o salud que realizan algún tipo de actividad productiva no remunerada que crea muchas relaciones económicas y culturales extremadamente importantes.

Se menciona que el turismo implica el reasentamiento voluntario y temporal de las personas. Esto indica que los viajes turísticos son decisiones conscientes y temporales, diferenciándolos de los movimientos de población a largo plazo. Se destaca que durante el turismo, los individuos realizan algún tipo de actividad productiva no remunerada. Esto sugiere que el turismo no solo implica el consumo, sino también la participación activa en actividades que pueden generar relaciones económicas y culturales significativas.

Promoción Turística

La promoción turística se define como una actividad que consiste en un conjunto de actividades y recursos que cumplen su misión de promover el nacimiento y desarrollo del turismo y el crecimiento y mejora de la actividad del sector económico que lo utiliza para la explotación financiera. (Dávila y otros, 2021). Se destaca el propósito fundamental de la promoción turística, que es promover tanto el nacimiento como el desarrollo del turismo. Este enfoque en el crecimiento del turismo sugiere una visión a largo plazo y un interés en el desarrollo sostenible.

La inclusión de "actividades y recursos" destaca la naturaleza multifacética de la promoción turística. Esto podría abarcar desde campañas publicitarias y marketing hasta mejoras en infraestructuras turísticas y colaboraciones con empresas locales.

Ecoturismo

Según Esparza et al. (2020, pág. 437) “el ecoturismo ha cobrado mayor importancia en los últimos años porque es una actividad que se realiza en espacios natural y enfatizando el mantenimiento y protección del medio ambiente”.

El ecoturismo se lleva a cabo en espacios naturales. Este aspecto resalta la conexión directa con la naturaleza y la preferencia por destinos que ofrezcan experiencias en entornos no alterados o mínimamente afectados por la actividad humana. Una de las características clave del ecoturismo es su compromiso con la preservación del medio ambiente. Al destacar esta cualidad, el texto subraya que el ecoturismo va más allá de simplemente disfrutar de la naturaleza; busca activamente mantener y proteger los ecosistemas visitados.

Emprendimiento turístico

Según García y García (2021, pág. 13612) “Los emprendimientos empresariales en el ámbito turístico se originan al identificar y abordar las necesidades específicas de una población o área geográfica, con el propósito de atender tanto a los turistas locales como a los internacionales”.

Los emprendimientos turísticos tienen sus raíces en las necesidades específicas de una población o región. Esto implica que la identificación de oportunidades turísticas a menudo surge de entender y abordar las necesidades locales. Una relación dinámica entre la oferta y la demanda en el sector turístico. Los emprendimientos turísticos no solo

responden a las necesidades existentes, sino que también influyen en la creación de nuevas demandas y expectativas por parte de los turistas.

Gastronomía

Según Bahls et al. (2019) “la gastronomía la define como el estudio de la relación entre la comida, la cultura, el arte y la ciencia en la preparación y servicio de alimentos ricos o deliciosos.”

Ofrece una visión completa al describir la gastronomía no solo como la preparación de alimentos sabrosos, sino también como un campo que abarca la relación entre la comida, la cultura, el arte y la ciencia. Esta definición sugiere una comprensión amplia y multidisciplinaria del tema. La conexión entre la gastronomía, la cultura y el arte sugiere que la forma en que se preparan y presentan los alimentos está influenciada por las tradiciones culturales y puede considerarse una forma de expresión artística. Esto amplía el alcance de la gastronomía más allá de la mera alimentación

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Metodología cuantitativa

Según Landeau, Cruz, Olivares y González, la investigación cuantitativa tiene como objetivo establecer el grado de relación o correlación entre variables, generalizar y objetivar los resultados a partir de una muestra, sacar conclusiones, causa y efecto para una población que explica por qué un determinado hecho o el fenómeno ocurre o no ocurre. (Alan & Liliana Cortez , 2018)

Interpretación: En el presente proyecto se utilizará esta metodología para poder obtener una muestra de la población y obtener resultados específicos, se usará los instrumentos de investigación como son las fichas de observación, encuestas y entrevistas.

Metodología cualitativa

Los métodos cualitativos implican estudios de casos como métodos de entrevista y observación, grupos focales y métodos biográficos; Su objetivo es profundizar en los datos hasta lograr una comprensión completa e integral del fenómeno en estudio. (Flores, 2019)

Interpretación: La metodología cualitativa se usará para idéntica los tipos de actividades recreativas que existen en el cantón y conocer los intereses de los turistas para tener una promoción turística más determinada.

Metodología mixta

El propósito de la investigación mixto no es reemplazar la investigación cuantitativa o cualitativa, sino combinar las fortalezas de ambos enfoques y minimizar sus posibles debilidades. Este enfoque reconoce el valor del conocimiento como cosas construidas por medios cualitativos como la percepción (Kenneth Delgado y otros, 2018).

Interpretación: Se utilizará la metodología mixta para conocer los intereses que tiene el turista, que se realizara, a través de los instrumentos de investigación ya antes mencionados.

MÉTODO (DEDUCTIVO, INDUCTIVO, ANALÍTICO, SINTÉTICO, COMPARATIVO)

Método Inductivo

Es un proceso de inferencia basado en la observación y la experimentación para sacar conclusiones generales a partir de casos específicos en las investigaciones muestran que el método inductivo se ha aplicado en las relaciones en las redes sociales como herramienta de marketing, para explicar teorías, aumentar las ventas y las ganancias presentándolas como una forma de acercarse a los compradores. (José Linares, 2018)

Interpretación: Este método se usará para conocer las actividades recreativas o gastronomía del cantón más específicas que sean del interés del turista para crear una promoción turística más precisa.

Método Analítico

El método analítico se basa en el proceso de descomponer el todo en sus elementos básicos, es decir, de lo general a lo específico. También puede verse como un camino que va de un fenómeno a una ley, es decir, de un efecto a una causa, que permite el uso de una tabla de importancia para crear basados en la distribución subjetiva de importancia entre objetos. (Molina, 2023)

Interpretación: Este método se aplicará después de a ver obtenido respuestas de las encuestas y entrevistas realizadas a turistas, comunidad, operadores y autoridades competentes para conocer los puntos buenos y malos que tiene el cantón Pasaje en el ámbito turístico.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

De Observación

La observación de la investigación es una herramienta común para los investigadores. La observación nos permite conocer la realidad mediante la percepción directa de objetos y fenómenos. La observación como procedimiento se puede utilizar en varios puntos de una investigación más compleja: en las primeras etapas, se utiliza para diagnosticar el problema en estudio y es muy útil en el diseño de la investigación. (Chagoya, 2018)

Interpretación: El método de observación servirá para diagnosticar los atractivos y conservaciones por medio de las fichas de observación, fotografías, entrevistas y encuestas a los moradores y turistas para tener datos actualizados del lugar.

De Descripción

Carlos Sabino define lo descriptivo como “un tipo de investigación encaminada a describir ciertas características básicas de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos para su establecimiento estructura o comportamiento del fenómeno que se estudia, proporcionando información sistemática que puede compararse con información de otras fuentes. (Gladys y otros, 2020)

Interpretación: Este método se usará para interpretar los resultados obtenidos por la investigación del método de observación, tener conocimiento de cómo se encuentran los sitios y que actividades atraen más al turista.

INSTRUMENTOS DE HERRAMIENTAS

Entrevista

La entrevista es definida por Lanuez y Fernández como un método experimental basado en la comunicación interpersonal que se establece entre el investigador y el sujeto o sujetos de estudio para obtener respuestas verbales a las preguntas que se formulan. (Avila1 y otros, 2020)

Interpretación: Este instrumento es necesario y servirá de gran ayuda para conocer las opiniones y recomendaciones de los entrevistados acerca de los atractivos turísticos que les gustaría conocer en el cantón Pasaje. Las entrevistas estarán dirigidas a operadores que ofrecen servicios turísticos como al departamento de turismo del cantón.

Encuesta

Las encuestas es una gran escala que, con técnicas de muestreo adecuadas, pueden extender los resultados a toda la comunidad, siempre que podamos recopilarlos información sobre las características de una población determinada mediante preguntas parte o la totalidad para la descripción y analizar las características de la población. (Roncero, 2019)

Interpretación: La realización de encuestas nos va ayudar a tener información necesaria y precisa sobre los intereses que tienen los turistas y moradores de la ciudad al querer visitar los atractivos del cantón Pasaje.

Investigación de campo

Es la síntesis de investigaciones de fuentes primarias con un propósito específico, permitiendo al observador intervenir en el entorno físico; Este también es un proceso de investigación en cuanto uno decide mayores esfuerzos de investigación y oportunidades paralelas que ayuda a explicar las incertidumbres iniciales, pero cada nuevo reto que nos permitirán desarrollar habilidades y capacidades relacionadas con la investigación. (Alvarado, 2018)

Interpretación: Este método será utilizado para conocer cómo se encuentran los atractivos turísticos del cantón Pasaje, como se encuentran sus vías de acceso y servicios básicos. Se usarán fichas de observación realizado por los estudiantes.

Investigación bibliográfica

Es una base de información, desarrollada utilizando métodos de análisis de documentos, cuyo principal recurso es el mantenimiento bibliográfico, que ayuda a crear

una base de datos compuesta principalmente por artículos científicos en forma de artículos que producen resultados de investigación y evalúan artículos relacionados con las palabras clave en prácticas y educación. (Asiú, 2021)

Interpretación: Esta herramienta se utilizará para recopilar información de los sitios del cantón Pasaje que sea útil para la promoción de los atractivos en fuentes con información veraz como la municipalidad y GAD Parroquial.

IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES:

Tabla 1. Variables de la herramienta de recolección de datos (Encuesta)

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Escalas De Medición	Ítems	Técnicas	Instrumentos	Informantes
Turismo de Aventura en el cantón Pasaje: “Descubra una nueva cultura y libera el estrés escapando de la vida cotidiana”: el cantón Pasaje ofrece viajes de aventura y un descanso de la ciudad con sus hermosos balnearios y gastronomía para disfrutar, el turismo de aventura es una buena opción para ayudar al cantón económicamente mediante el turismo.	Visita	Que sitios prefiere visitar en el cantón.	N/A	¿Cuál es el tipo de lugar que prefiere visitar en el Cantón Pasaje? <input type="checkbox"/> Balneario Dos Bocas <input type="checkbox"/> Balneario La Cocha <input type="checkbox"/> Río Pindo – Uzhcurrumi <input type="checkbox"/> Parque Abdón Calderón <input type="checkbox"/> Campo Real – Palenque	Encuesta	Cuestionario	Residentes o visitantes.
	Actividades	Los sitios cuentan con actividades turísticas	N/A	¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar en el cantón Pasaje? <input type="checkbox"/> Escalada de roca en el sector San Roque – Uzhcurrumi <input type="checkbox"/> Kayak en el Río Jubones <input type="checkbox"/> Picnic en el balneario Dos Bocas <input type="checkbox"/> Fotografías en la Caverna de Chillayacu	Encuesta	Cuestionario	Residentes o visitantes.
	Actividades	Factores que toma en cuenta un turista para visitar un lugar.	N/A	¿Qué factores toma en cuenta al momento de visitar un sitio turístico? <input type="checkbox"/> Servicios de alimento en los atractivos <input type="checkbox"/> Precio de acceso acorde a los sitios <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Seguridad en el lugar <input type="checkbox"/> Actividades recreativas <input type="checkbox"/> Alojamiento cerca de los atractivos	Encuesta	Cuestionario	Residentes o visitantes.

Redes Sociales como medio de publicidad e información: Las redes sociales permiten la comunicación entre personas y actúan como medio de comunicación e intercambio de información, ayudando a los turistas en conocer a través de videos demostrativos lo que ofrece un sitio turístico.	Participación ciudadana y autoridades	Nivel de participación de la comunidad en la toma de decisiones	N/A	¿Cree que la comunidad está dispuesta a colaborar con participaciones en los videos informativos a realizar en las redes sociales?	Encuesta	Cuestionario	Residentes o visitantes.
	Participación ciudadana y autoridades	Nivel de participación por parte de las autoridades competentes.	SI NO	¿Considera usted que las autoridades de la parroquia trabajan en el desarrollo de la oferta turística?	Encuesta	Cuestionario	Residentes o visitantes.
	Uso	Uso de tipo de videos que les gusta informarse.	N/A	¿Qué tipología de los videos informativos de los sitios turísticos es más cómodo ver? () Videos con narración especificando el lugar () Videos con textos especificando el lugar () Mini Documentales	Encuesta	Cuestionario	Residente o visitantes
		Uso frecuente de las redes sociales	N/A	¿Para informarse de los sitios turísticos que ofrece el Cantón Pasaje, que red social frecuenta más? () Facebook () Tik Tok () Instagram	Encuesta	Cuestionario	Residentes o visitantes.
	Información	Información sobre qué tipo de servicios ofrece a los turistas	N/A	¿Qué servicios ofrecen o recomiendan a los turistas?	Entrevistas	Cuestionario	Operadores turísticos
		Información de horarios de atención.	N/A	¿Cuáles son los días y horas te atención al cliente?	Encuesta	Cuestionario	Operadores turísticos
	Capacitaciones	Capacitaciones que realicen las autoridades a moradores para conservar los sitios turísticos.	N/A	¿El GAD Municipal realiza capacitaciones de control y conservación de los atractivos turísticos del cantón Pasaje a los moradores de los sitios?	Encuesta	Cuestionario	Departamento de turismo del cantón Pasaje.

Estrategia

Que estrategias usan para mejorar el turismo N/A

¿Cuál es su estrategia de promoción turística para atraer a turistas nacionales y extranjeros a conocer lo que ofrece el Cantón Pasaje?

Encuesta

Cuestionario

Departamento de turismo del cantón Pasaje.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se ha tomado en consideración que el Cantón Pasaje cuenta con un aproximado de 83.597 habitantes. También se aplicó la ecuación convencional destinada a conjuntos de tamaño limitado:

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población **83.587**.

σ = Desviación estándar de la población **0.5**.

Z = Valor correspondiente a la distribución de gauss, $z\alpha = 0.05 = 1.96$

e = error de la muestra **5%**

$$n = \frac{83.597 * 0.5^2 * 1.96^2}{(83597 - 1) * 0.05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{8028.65588}{209.9504}$$

$$n = 382$$

PREGUNTAS DE ENCUESTA

Encuesta a los turistas

1. ¿Cuál es el tipo de lugar que prefiere visitar en el Cantón Pasaje?
 - () Balneario Dos Bocas
 - () Balneario La Cocha
 - () Rio Pindo – Uzhcurrumi
 - () Parque Abdón Calderón
 - () Campo Real – Palenque

2. ¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar en el cantón Pasaje?
 - () Escalada de roca en el sector San Roque – Uzhcurrumi
 - () Kayak en el Rio Jubones
 - () Picnic en el balneario Dos Bocas
 - () Fotografías en la Caverna de Chillayacu

3. ¿Qué factores toma en cuenta al momento de visitar un sitio turístico?
 - () Servicios de alimento en los atractivos
 - () Precio de acceso acorde a los sitios
 - () Transporte
 - () Seguridad en el lugar
 - () Actividades recreativas
 - () Alojamiento cerca de los atractivos

4. ¿Qué tipología de los videos informativos de los sitios turísticos es más cómodo ver?
 - () Videos con narración especificando el lugar
 - () Videos con textos especificando el lugar
 - () Mini Documentales

5. ¿Para informarse de los sitios turísticos que ofrece el Cantón Pasaje, que red social frecuenta más?
- () Facebook
 - () Tik Tok
 - () Instagram

Encuesta a los moradores

1. Usted alguna vez ha visto un video promocional de los atractivos turísticos del cantón Pasaje
- () Si, y debería seguir promocionando
 - () No, pero si es necesario promocionarlo
2. ¿Cree que la comunidad está dispuesta a colaborar con participaciones en los videos informativos a realizar en las redes sociales?
- () Si estoy dispuesto
 - () No estoy dispuesto
 - () No es de mi interés
3. ¿Considera usted que las autoridades de la parroquia trabajan en el desarrollo de la oferta turística?
- () Si
 - () No
4. ¿Cree que la afluencia de turistas (visitantes) ayuda al desarrollo social y económico de la Parroquia?
- () Si, es de gran ayuda
 - () No es de gran ayuda

5. ¿Qué tan importante le parece contar con un guía que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, con el fin de profundizar en el aprendizaje de la cultura de la comunidad visitada?

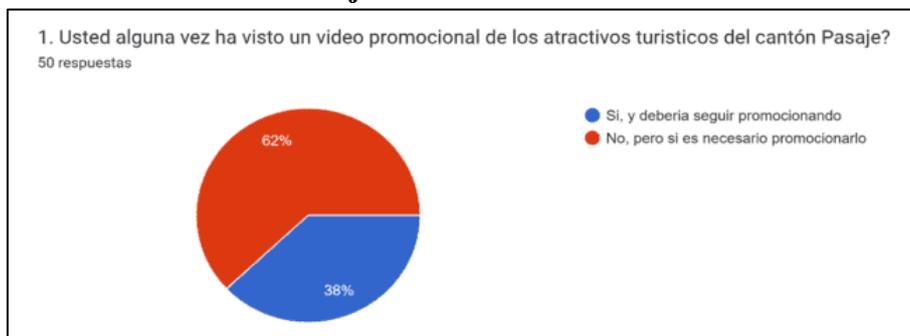
() Es una suma muy importante para la comunidad.

() Lo veo poco necesario

() No es muy necesario

TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS MORADORES

Ilustración 1. ¿Usted alguna vez ha visto un video promocional de los atractivos del cantón Pasaje?

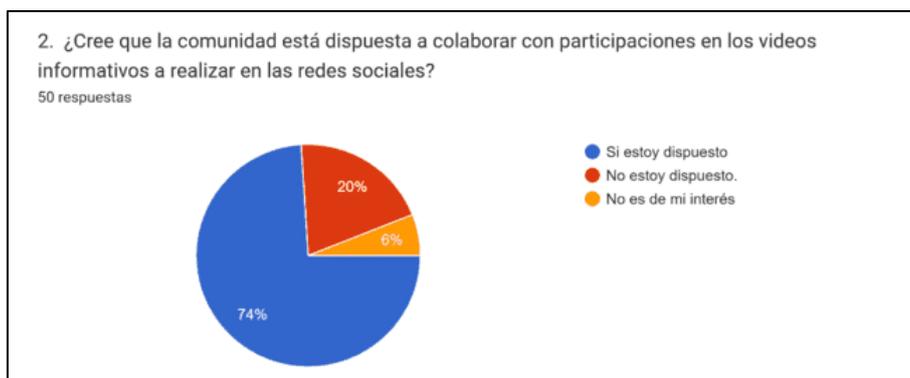


Análisis e Interpretación

Esta pregunta fue clave para tener el conocimiento de los moradores sobre los videos promocionales, donde el 38% de los encuestados nos dijo que Si, y debería seguir promocionando y el 62% nos supo manifestar que No, pero si es necesario promocionarlo.

Al tener un número mayor de respuesta negativa sobre esta pregunta, nos da a entender que los videos que los moradores ya han visto no tuvieron el mayor impulso para llegar a más personas y tenemos que tener una estrategia más actualizada para poder llegar a más vistas e incentivar a visitar los atractivos del cantón Pasaje.

Ilustración 2. ¿Cree que la comunidad está dispuesta a colaborar con participación en los videos informativos a realizar en las redes sociales?

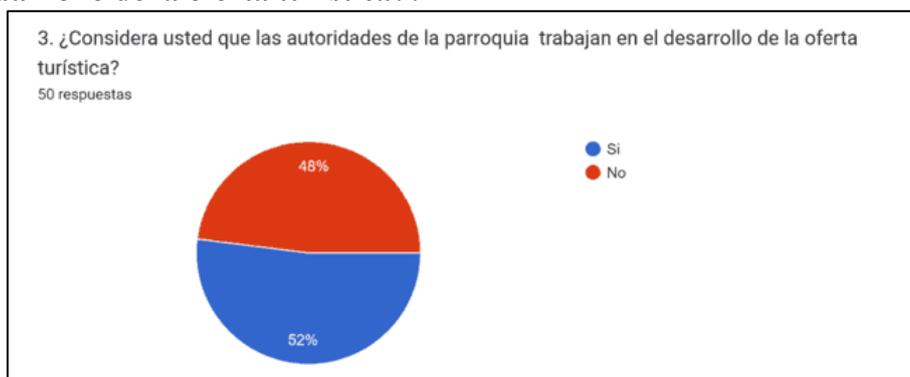


Análisis e Interpretación

En la siguiente pregunta el 74% de la comunidad dijo que, si está dispuesto participando y colaborando en promociones turísticas para el cantón, el 20% dijo que no

está dispuesto a participar o colaborar en promociones turísticas y un 6% dijo que no es de su interés participar. Esperando que el 74% sea una motivación para que el resto de moradores puedan ser partícipes en algún futuro para que el turismo crezca en el cantón, ya que esta estrategia no solo lo realizan las autoridades competentes, también deben participar tanto moradores como turistas ya que esto traerá ingresos económicos para ellos.

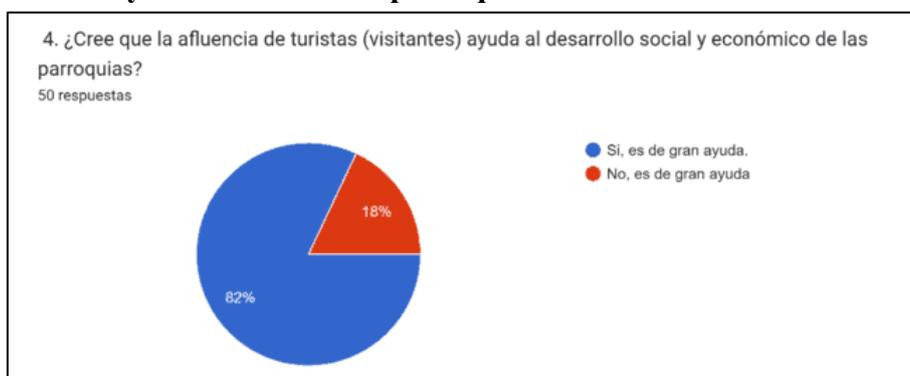
Ilustración 3. ¿Considera usted que las autoridades de la parroquia trabajan en el desarrollo de la oferta turística??



Análisis e Interpretación

Mediante la pregunta realizada el 52% de los moradores dice que SI, las autoridades muestran interés para mejorar y desarrollar las ofertas turísticas, un 48% nos comenta que NO, ellos no notan esa ayuda por parte de las autoridades parroquiales.

Ilustración 4. ¿Cree que la afluencia de turistas (visitantes) ayuda al desarrollo social y económico de las parroquias?



Análisis e Interpretación

El 82% de la comunidad nos dice que si, es de gran ayuda que los propios turistas promocionen el sitio, ya que es la mejor y más efectiva promoción que se puede tener, un 18% dice que no es de gran ayuda, ya que nos manifestaron que existen turistas dañinos y que tienen ese miedo, que el sitio se contamine y quede en el olvido.

Ilustración 5. ¿Qué tan importante le parece contar con un guía que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, con el fin de profundizar en el aprendizaje de la cultura de la comunidad visitada?



Análisis e Interpretación

El 64% de los moradores dicen que es una suma muy importante para la comunidad, ya que eso ayudara a que los turistas sean más consientes en el cuidado de los sitios al conocer su creación, el 26% de los moradores dicen que lo ve poco necesario tener un guía en los sitios, un 10% dice que no es muy necesario, ya que los sitios son más naturales y los turistas visitan más por relajación o actividades deportivas.

TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS TURISTAS

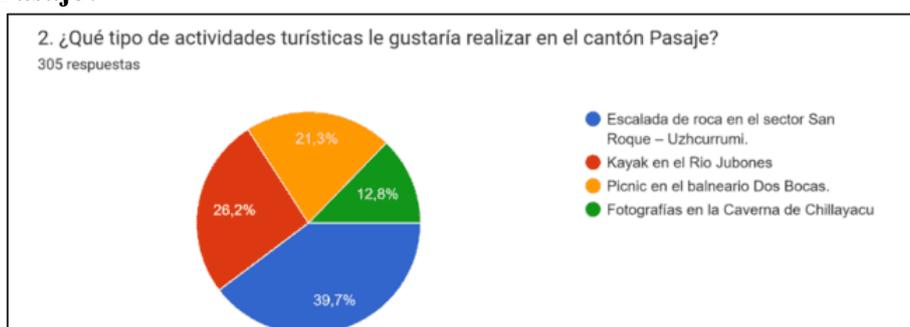
Ilustración 6. ¿Cuál es el tipo de lugares que prefiere visitar en el cantón Pasaje?



Análisis e Interpretación

Según los encuestados el 28,6% dijeron que el sitio donde prefieren visitar es el Balneario La Cocha, un 24,3% prefiere visitar Río Pindo ubicado en Uzhcurrumi, un 23% prefiere visitar el Balneario Dos Boca, un 12,8% el Parque Abdón Calderón siendo este el parque central y un 11,2% prefiere visitar el Campo Real ubicado en Palenque. La mayoría que visitan el balneario la cocha, van a este sitio porque está cerca de la zona con población y es accesible consumir servicios turísticos que ofrece el sitio.

Ilustración 7. ¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar en el cantón Pasaje?

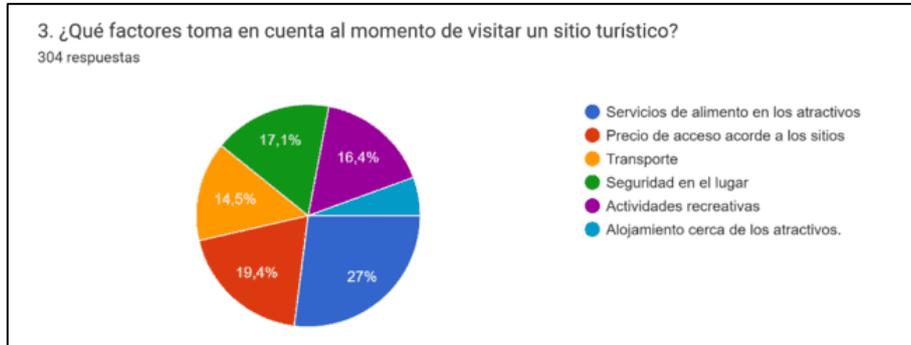


Análisis e Interpretación

Mediante las encuestas realizadas un 39,7% de los turistas nos manifestó que le gusta realizar escalda de roca en el sector San Roque ubicado en Uzhcurrumi, un 26,2% dijo que le gusta realizar kayak en el río Jubones, un 21,3% le gusta realizar picnic en el balneario dos bocas, seguido con el 12,8% le gusta algo más relajado como tomar fotografías en la Caverna de Chillayacu.

Todas estas actividades son el atractivo para visitar y consumir en el cantón Pasaje y los deportistas que les gusta estar en contacto con la naturaleza visitan más estos sitios.

Ilustración 8. ¿Qué factores toma en cuenta al momento de visitar un sitio turístico?



Análisis e Interpretación

Según los turistas encuestados un 27% respondió que el factor más importante que toman en cuenta es el servicio de alimento en los atractivos, seguido de un 19,4% que se fijan en el precio de acceso acorde al sitio, un 17,1% toma en cuenta la seguridad en el lugar, un 16,4% nota si tiene actividades recreativas y un 5,6% se fija si cuenta en alojamiento cerca de los atractivos. Lo que resalta en el cantón Pasaje es su variedad de gastronomía que puedes disfrutar tanto en el centro de la ciudad como en los sitios turísticos.

Ilustración 9. ¿Qué tipología de los videos informativos de los sitios turísticos es más cómodo ver?

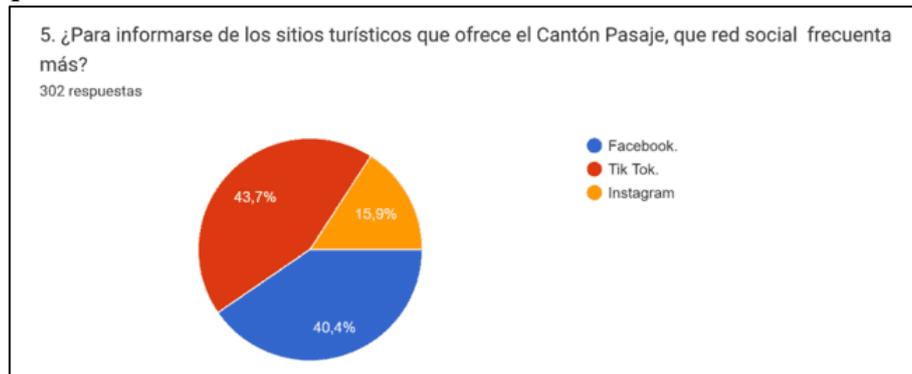


Análisis e Interpretación

Mediante la encuesta realizada un 78,9% de los encuestados nos manifestó que el tipo de videos que le gusta ver son, videos con narración especificando el lugar, seguido

un 10,9% nos dice que le gusta los videos con textos especificando el lugar y un 10,2% le gusta ver mini documentales, donde se detalle más los sitios. Esta respuesta nos ayudara a realizar la tipología de video que las personas más consumen al querer conocer un lugar, videos de no mucha duración y explicación especifica y dinámica para atraer al turista.

Ilustración 10. ¿Para informarse de los sitios turísticos que ofrece el Cantón Pasaje, que red social frecuenta más?



Análisis e Interpretación

Los encuestados nos dijeron que la red social que más usan para informarse de los sitios turísticos con un 43,7% usa Tik Tok, seguido de un 40,4% que usa Facebook y para último, pero no menos importante con un 15,9% usa Instagram para informarse de sitios turísticos y conocer.

CAPITULO IV

PROPUESTA

Información básica de los atractivos turísticos del cantón Pasaje.

CIUDAD DE PASAJE

Pasaje es el cantón en mayor producción de banano de la provincia de El Oro. Desde las colinas que rodean la capital se puede admirar la alfombra verde creada por las plantaciones. Pasaje de las Nieves es una ciudad con un potencial impresionante para el desarrollo del turismo de naturaleza, aventura eco culinaria, cultural y gastronómico; La parte más alta del territorio es rica en bosques tropicales con una biodiversidad excepcional, montañas salpicadas de legendarios caminos preincaicos, ríos caudalosos e imponentes cascadas.

Parque Central de Abdón Calderón



Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante.

El Parque Central Abdón Calderón es administrado por un comité especial. El pedigrí de muchos Pasajeños es la mayor motivación para brindar patrocinio al Parque Calderón en la ciudad de Cuenca.

Con motivo del Centenario del Llamado de Independencia que se llevó a cabo el 10 de agosto de 1809, en 1909 el dirigente político Don Emeterio Rodríguez Madero y los estimados vecinos del lugar acordaron bautizar el lugar como plaza central de Cantón. se estableció como Plaza de la Independencia. El Parque Central de Abdón Calderón fue establecido el 20 de enero de 1911. Estatua de Abdón Calderón de espaldas a la Iglesia

Matriz. Se dice que esto ocurrió por voluntad del presidente del Comité de Conservación de Monumentos, quien tuvo un desacuerdo con el presidente del Ayuntamiento de Pasaje.

El constructor Don Alfredo Palacio, quien, en señal de amor, prometió construir un monumento frente al balcón de su amada para que ella siempre lo recordara cada vez que saliera, pero la respuesta lógica a este hecho anecdótico es que el héroe estaba posicionado para mirar hacia arriba y recordarnos constantemente con brillantes rayos rojo-amarillo el aura de libertad que él y su compañero nos han regalado al inmortal Pichincha. Su dirección es Ochoa León entre Bolívar y Sucre - Pasaje.

Balneario La Cocha



Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante.

Balneario La Cocha está ubicado en Pasaje en la provincia de El Oro, famosa por sus cálidas aguas y majestuosos paisajes que la naturaleza regala a este estado. Este balneario es visitado por turistas tanto nacionales como extranjeros que pueden disfrutar del agua y la naturaleza que lo rodea.

El canal se alimenta de arena y rocas, y se construyen escalones de cemento a lo largo de sus bordes, lo que brinda un acceso cómodo y seguro al río, así como espacio para la familia. También pueden ver cómo los nadadores te invitan a unirte a su contagiosa diversión.

Los habitantes originales de Casacay eran descendientes de los mayas conocidos como Machala, y por el comercio y la cercanía de los cañari y los incas, este era un paso necesario para conectar la costa con la montaña.

Entre las plantas nativas encontramos el ni guito, guarumo y caña brava. Dentro de la fauna se pudo observar algunas especies como: guanta, ardillas, armadillos, mirlos, colibríes, serpientes equis, lombriz de tierra, lagartijas y otros.

Actividades Recreacionales: Caminatas, Natación, Tubing, afortunadamente el balneario cuenta con un lugar donde se puede servir la comida, disfrutar de la comida típica del Cantón Pasaje, o Sudado Mixto, que combina una variedad de productos marinos y de manglar como pescado, jaiba, shugar y almejas.

Cascada del Río Pindo



Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante.

Ubicado a 5 km de Uzhcurrumi es una buena opción para turismo de aventura. En la ruta desde la parroquia Uzhcurrumi hasta llegar al atractivo se vive la aventura maravillosa, viajar al sitio Río Pindo es como navegar con la imaginación en paisajes infinitos y ambientes llenos de misterio. En la vía Uzhcurrumi- Guanazán, a la derecha después de pasar Chillayacu sector de las cavernas, está la ruta a Río Pindo.

Galo Velepucha Sánchez, residente en el sector, afirma que Río Pindo tiene todo lo que exigen los turistas que aman la aventura, los deportes extremos y la naturaleza.

Los habitantes del sitio Río Pindo ofrecen a los turistas los servicios a quienes gustan del turismo comunitario. En el sector existen cabañas para estancia, canchas de indor y vóley, acceso al río y vivienda para pasar la noche. La comunidad oferta la nutrición con platos típicos del campo ecuatoriano como caldo y seco de gallina, seco de pato, platos con carne de choncho y el chocolate natural con el cacao fino de aroma.

“Para vivir una aventura inolvidable los invitamos a visitar Río Pindo, tenemos una cascada de 80 metros de altura, para llegar al sitio hay que traer ropa y zapatos apropiados para la caminata.

Si usted quiere visitar el atractivo turístico de Pasaje de las Nieves, deberá transitar por la vía a Uzhcurrumi, de allí seguir por la vía a Guanazán, tomar la vía a la derecha, en la Y de Chillayacu y por la calle lastrada llega al sitio Río Pindo. Allí los comuneros ofrecen facilidades como guía turístico, alimentación, hospedaje si usted lo requiere y la diversidad de opciones para disfrutar del turismo de aventura.

Balneario Palenque



Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante.

La oportunidad de descubrir un tesoro natural escondido en la ruta de Palenque y Campo Real. A 15 minutos del centro de Pasaje se encuentra el balneario, un lugar lleno de vida, naturaleza, viento, paisajes acogedores y lagunas que forman un espejo de agua propicio para disfrutar de la frescura del entorno.

Víctor Manuel Pucha, residente de Palenque, invitó a Orenses y ecuatorianos a visitar el balneario. Aquí podrá disfrutar de las lagunas, la gastronomía típica de la región y entrada libre. Los fines de semana se ofrece caldo de pollo, frititas y otros platos rústicos”, reiteró el ciudadano. Baños de Palenque son tres lagunas encantadas formadas por la roca y el embalse de agua del río Palenque.

En sus alrededores encontrarás naturaleza pura con árboles frutales, madera, montañas y un paisaje que recoge una agradable brisa. La familia Pucha decidió hacer cambios en el área para brindar mejores oportunidades a los nadadores.

Para llegar al tesoro escondido, debes ir por la vía Pasaje hacia Palenque, y cuando llegues a tu destino, dirígete al balneario en la propiedad de la familia Pucha, solicita la entrada gratuita y disfruta del lugar encantado.

Esta temporada, Pasaje te espera en todos sus balnearios y atracciones, para que disfrutes de las maravillas naturales de Cantón. Visita el encantador pueblo de naturaleza y disfruta de las mejores experiencias con tu familia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

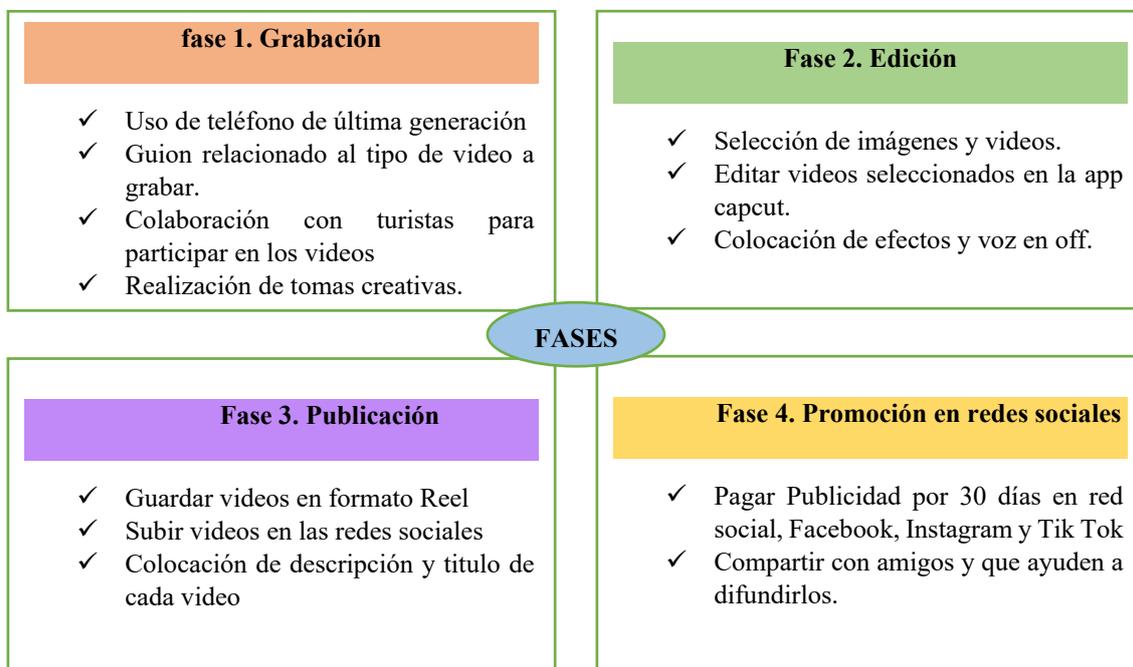
- Diseñar un plan de promoción turístico, mediante videos demostrativos e informativos en redes sociales que capte la atención al turista.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Desarrollar el proceso de edición de los videos realizados en los sitios turísticos en la aplicación CapCut para realizar su debida promoción en las rede sociales.
- Diseñar los videos promocionales por medio de secciones para tener un orden sobre lo que queremos transmitir y ofrecer al turista en el cantón Pasaje que permita captar no solo un tipo de turista.

Modelo Estratégico para realizar y promocionar el Cantón Pasaje en las redes sociales a través de videos demostrativos.

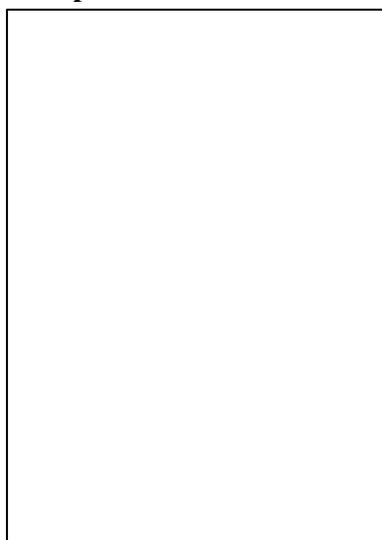
Ilustración 11. Fases en la estrategia de promoción turística



Fuente: Elaborado por el estudiante.

Descripción de la edición de los videos a promocionar.

Ilustración 12. Aplicación para editar.



Fuente: Aplicación de CapCut.

Usamos la aplicación CAP CUT como nuestra mejor opción para editar videos, ya que es la aplicación del momento y de los creadores de Tik Tok, una aplicación de edición fácil y gratis de usar, ya que cualquier usuario puede instalarla en su computador o para hacerlo más practico lo pueden tener en su teléfono.

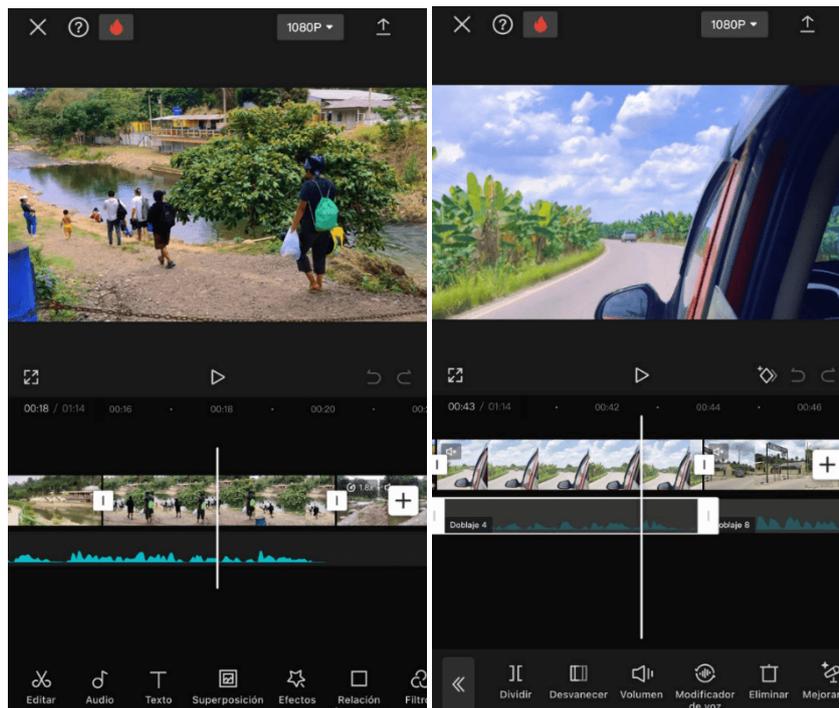
Ilustración 13. Elección de videos grabados.



Fuente: Elaborado por el estudiante.

En esta parte tomamos todo el material grabado y comenzamos a editarlo por sección, balnearios por visitar, turismo nocturno, Turismo de aventura, sitio donde realizar actividades deportivas al aire libre y Turismo Gastronómico.

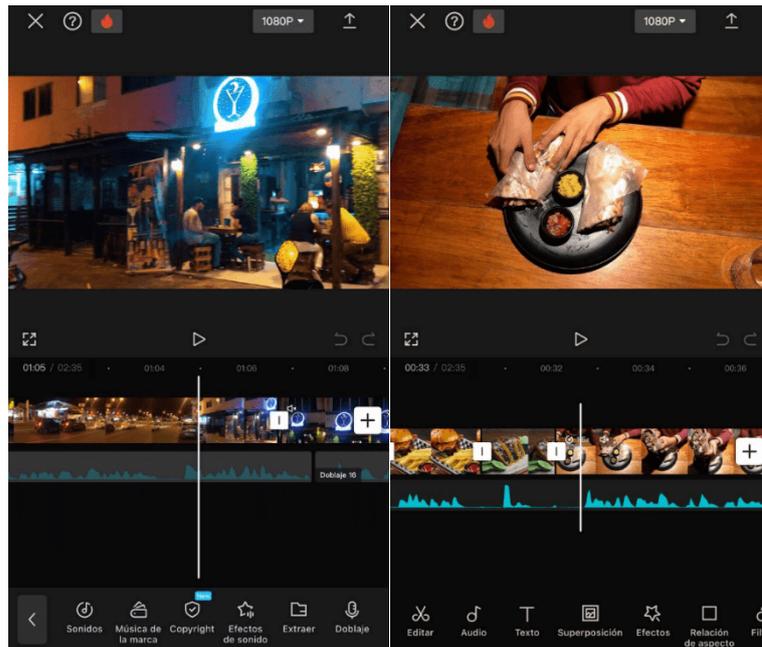
Ilustración 14: Maqueta de edición de videos de balnearios.



Fuente: Elaborado por el estudiante

Seleccionamos los videos que queremos mostrar y los unificamos en la opción de pegar y quitamos sonido exterior, lo colocamos en volumen 0. Agregamos filtro al video para tener una mayor luminosidad y atracción.

Ilustración 15. Maqueta de edición de videos de turismo nocturno



Fuente: Elaborado por el estudiante.

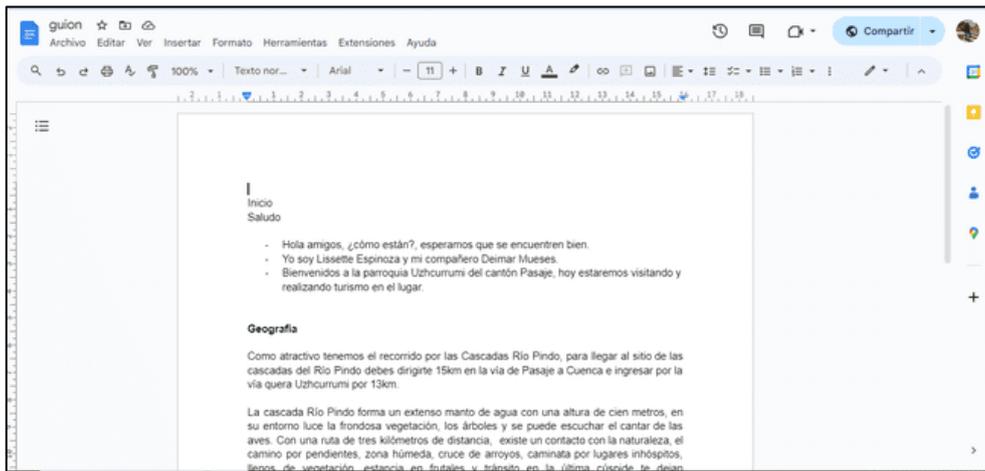
Repetimos el procedimiento, seleccionamos los videos que queremos mostrar y los unificamos en la opción de pegar, trabajamos con la velocidad de los videos y quitamos sonido exterior, lo colocamos en volumen 0. Agregamos filtro al video para tener una mayor luminosidad y vivacidad.

Ilustración 16. Aplicamos nuestra voz en off



Fuente: Elaborado por el estudiante

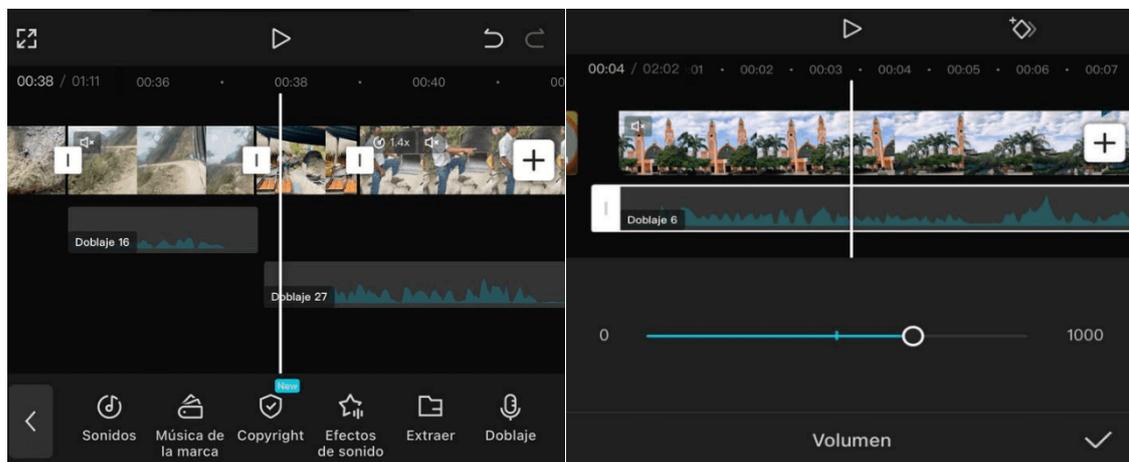
Ilustración 17. Guion para agregar la voz en off.



Fuente: Elaborado por el estudiante.

Mediante un guion realizado por los estudiantes, describimos lo que vemos y queremos decir en el video, llamando la atención al turista de lo que puede hacer en los sitios turísticos. Para esto se usó el micrófono de unos audífonos ya que al usarlos no se escucha los ruidos externos y solo la voz y con la ayuda de un teléfono fuimos leyendo el guion escrito.

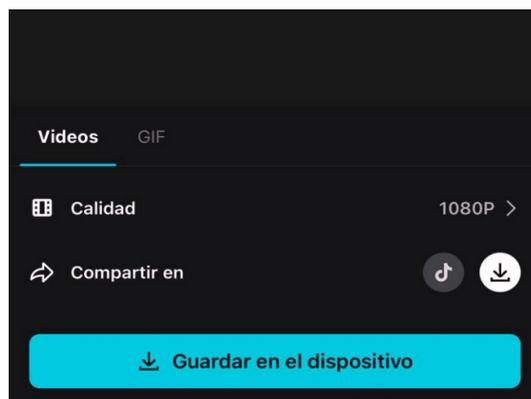
Ilustración 18. Edición y arreglo de sonido



Fuente: Elaborado por el estudiante.

Una vez grabada la voz se procede a subir el volumen a 85, porque si lo subimos al 100, el audio será muy saturado, volumen a 85 es lo justo para que la voz sea entendible y alta.

Ilustración 19. Exportación del video finalizado



Fuente: Elaborado por el estudiante.

Una vez colocado los videos con detalles y agregado la voz procedemos a descargar el video con la mayor resolución posible, para luego ser publicados en las redes sociales.

CAPTURAS DE LOS VIDEOS SUBIDOS A LAS REDES SOCIALES CON SU RESPECTIVO QR PARA MAYOR ACCESO A VERLOS.

PLATAFORMA DE FACEBOOK

Turismo Gastronómico y Relajación en la ciudad de Pasaje.



Deimar Mueses Apolo
10 h · 🌐

Los mejores lugares para comer en el cantón Pasaje, ofrecen comida típica del lugar.

#turismoecuador #pasaje #food #comidatipica



Link:<https://www.facebook.com/100036874546653/posts/pfbid036BDcpg7q7WqyxHiRz1ydFtZMTiuv4Q1qr9xwCh3ZMk8uQAweu24P174wzvQYekxl/?mibextid=unz460>



Deimar Mueses Apolo
10 h · 🌐

Un hotel seguro y cerca del centro de la ciudad de Pasaje. Este hotel es para ti.

#turismoecuador #pasaje #hotelesconencanto



Link:https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0rzChkD6jKUKZiKNL3CfLHvvXHafzhuEsGPz1ssYLLZbe87dYnCC8jvGSxSzu7MAnGl&id=100036874546653&mibextid=unz460

Turismo Nocturno



Deimar Mueses Apolo
4 h · 🌐

No tienes un plan para esta noche? Este video es para ti 😊

#turismoecuador #pasaje #comidatipica #food #drinklocal #hamburgerartesanal #cocteles #TurismoParaTodos #turismopasaje



Link:https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0r6SJJ9MZGZTCjBjgkEdXztj1VE4JUJpGqePLiNyxhuGtYnyWA6f7VZFpqgfHpdmlU1&id=100036874546653&mibextid=unz460

Turismo de Aventura “Balneario La Cocha y Palenque”



Deimar Mueses Apolo
11 h · 🌐

EL cantón Pasaje te ofrece balnearios donde puedes disfrutar en familia y amigos, visita estos dos increíbles lugares.

#cascadasecuador #turismopasaje #pasajedelasnieves #relax #travel #familiatime



Link:https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02iQy7oUXnrkaya6uJnhymBHKX1Fg74RAjCEfq4zKrykifbw32w2DrrFqex744mwAfl&id=100036874546653&mibextid=unz460

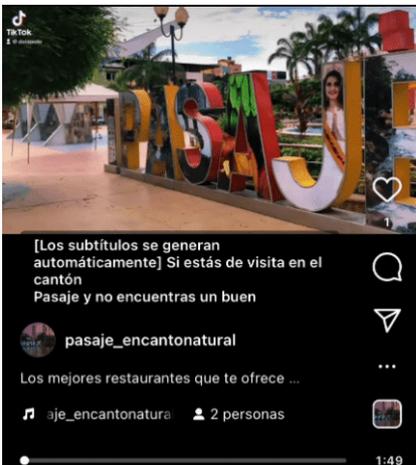
Turismo de Aventura “Rio Pindo”



Link:https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0R2jwnS5Vk5pHCDJ64jAJvCHonv2Sou1vMrmR1x6hk2varH5aQFhwhKPCV1RNUGpDI&id=100036874546653&mibextid=unz460

PLATAFORMA DE INSTAGRAM

Turismo Gastronómico y Relajación en la ciudad de Pasaje.

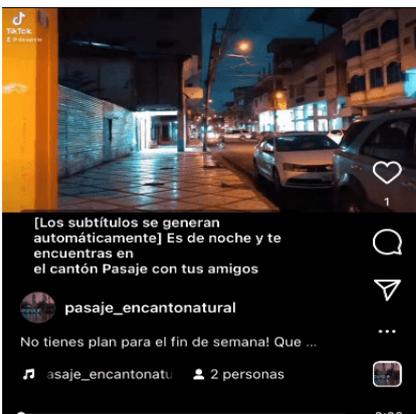


Link:<https://www.instagram.com/reel/CpW0KxwA9qq/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



Link:https://www.instagram.com/reel/CpW1_5hgv2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Turismo Nocturno



Link:<https://www.instagram.com/reel/CpW2S88ABiq/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Turismo de Aventura “Balneario La Cocha y Palenque”



Link: <https://www.instagram.com/reel/CpW1BskAn3E/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Turismo de Aventura “Rio Pindo”



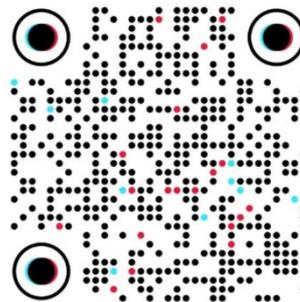
Link: <https://www.instagram.com/reel/CpWz8SsgrKH/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

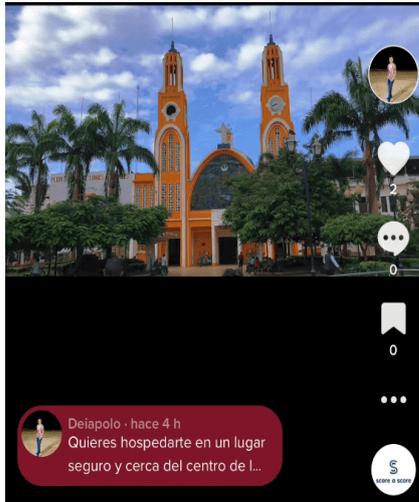
PLATAFORMA DE TIK TOK

Turismo Gastronómico y Relajación en la ciudad de Pasaje.

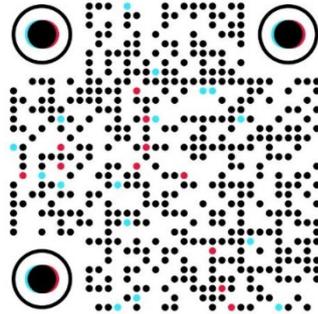


Deiapolo · Creador
Dos restaurante con comida típica del cantón Pasaje. Que esperas para probarlo? 😊
-
-
#turismoecuador 🇪🇨 #pasaje #ciudad. #travel #comida #mariscos #turismopasaje #bolon #comidatipicaecuatoriana #comidatipica #amor #travel #vida 4h

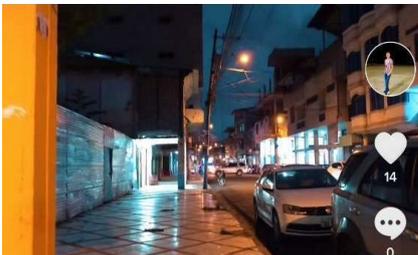




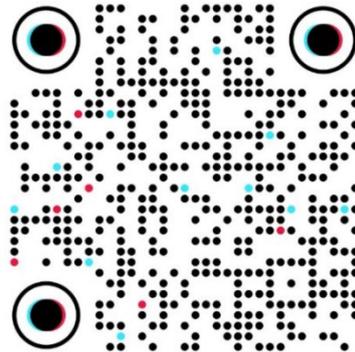
Deiapollo · Creador
 Quieres hospedarte en un lugar seguro y cerca del centro de la ciudad? En el cantón Pasaje te ofrece el HOTEL REFLEJOS.
 -
 -
 #turismoecuador 🇪🇨 #hoteles #turismoecuador #seguridyconfianza #confortable #amigable #turismoenciudad #turismopasaje #viralvideo #tiktok #feriado 4h



Turismo Nocturno



Deiapollo · Creador
 Turismo Nocturno en el Cantón Pasaje. Si no tienes un plan para la noche. Este video es para ti!
 -
 -
 #turismoecuador 🇪🇨 #pasajedelasnieves #maleconpasaje #turismonocturno #ecuador 🇪🇨 #pasajeturismo #turismopasaje #comida #recomendaciones #travel #amigos #fiesta 6h



Turismo de Aventura “Balneario La Cocha y Palenque”



Deiapollo · Creador
 Turismo en el canton Pasaje, unas buenas opciones para pasarla con amigos y familia.
 -
 -
 #turismoecuador 🇪🇨 #balnearios #rio #lacochoa #palenque #casacay #turismopasaje #viaje #carnaval #travel #viralvideo #tiktok 5h



Turismo de Aventura “Rio Pindo”



 Deiapolo · Creador
Sitio Turístico cascada del Río Pindo en la Parroquia Uzhcurrumi en el cantón Pasaje, Provincia del Oro
   
-
-
#pasajedelasnieves #uzhcurrumi
#turismoecuador 
#turismoecuador#recomendaciones #travel
#viajes #turismodesventura #escaladadeportiva
#amigos #relax 1-13

PRESUPUESTO PARA LA CREACIÓN DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Tabla 2. Presupuesto a usar

N	OBJETIVO	ESTRATEGICO	V. Unitario	Total
50	Hojas impresas	Realización para las entrevistas y encuestas.	0,02	1,00
2	Esferográficos	Para responder las preguntas.	0,40	0,80
2	Carpetas de cartón	Guardar las hojas impresas.	0,25	0,50
1	Obtención de encuestas y entrevista.	Viajar al lugar cabecero del cantón pasaje.	20	20
1	Adquirir información en el GAD de Pasaje.	Visita al ministerio de turismo de Pasaje.	0	0
1	Obtención de Grabación de videos.	Viajar a los sitios turísticos del cantón	20	20
1	Plataforma Cap Cut	Nos permite la aplicación gratuitamente	0	0
1	Editar videos	Mejorar la calidad para una buena presentación	0	0
3	Publicidad en las redes sociales	Promoción en las redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok , para 30 días de publicidad.	10	30
Total			50,67	72,30

Fuente: Elaborada por el estudiante.

Fichas de Observación de los Atractivo Turístico

Ficha 1. Observación del Parque Central Abdón Calderón.

FICHAS DE OBSERVACIÓN EN EL ATRACTIVO TURÍSTICO			
Nro Ficha:	1	Fecha:	13-ene-24
IDENTIFICACIÓN			
Nombre del Sitio Turístico	Parque Central Abdón Calderón		
Nombre de la Parroquia	Ochoa León		
Nombre del Cantón	Pasaje		
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO TURÍSTICO			
ALOJAMIENTOS			
Hoteles	X	Moteles	
Hostales	X	Camping	
Hosterías	X	Residencia	X
Pensiones		Hosteria Común	
Observación General:			
ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS			
Restaurantes	X	Fuentes de soda	X
Cafeterías	X	Bares	
Kioscos de comida	X	Cantinas	
Observación General:			
SITIOS DE RECREACIÓN			
Deporte Acuáticos		Picnic	
Fotografía	X	Escalada de roca	
Kayak del río		Otros	
Observación General:			
OTROS ESTABLECIMIENTOS EN EL SITIO TURÍSTICO			
Bancos	X	Operadores de comunicación	X
Cajeros automáticos	X	Agencias de viaje	
Centro de	X		
Guías de turismo			
Observación General:			
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL CANTÓN PASAJE			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	X
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL ATRACTIVO			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	X
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL CANTÓN PASAJE			
Pavimentado	X	Tierra	
Empedrada		Adoquiada	
Lastrada	X	Sendero	
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL SITIO TURÍSTICO			
Pavimentado	X	Tierra	
Empedrada		Adoquiada	
Lastrada		Sendero	
Observación General:			
EXISTEN SEÑALIZACIONES EN LOS RECURSOS TURÍSTICOS Y EN LAS VÍA			
Si	X	No	
¿DE QUÉ MANERA SE DESECHA LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL SITIO TURÍSTICO?			
Carro recolector de ba	X	Tiran en las orillas del sitio	
Quema de desechos	X	Otros	

¿EN QUÉ MANERA SE DESECHAN LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL CANTÓN PASAJE?

Carro recolector	X	Tiran en las vías pública	X
Quema de desechos	X	Otros	

Descripción del Atractivo

Fotografía 1

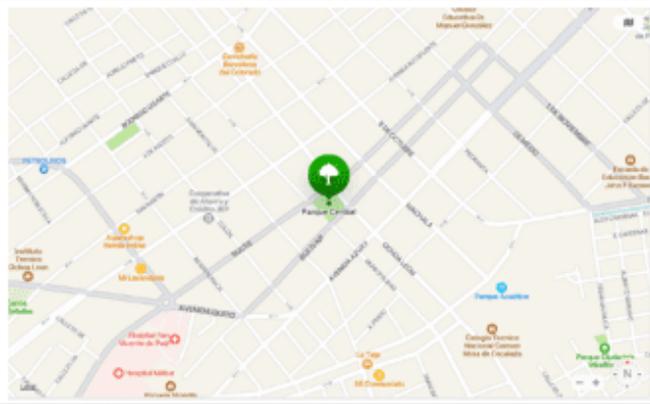


Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante.

Fotografía 2



Ubicación Grafica del Atractivo



Fuente bibliográfica: <https://maps.apple.com/place?address=5ucre,%20Pasaje,%20Ecuador&aid=3015034236764785926&ll=-3.327623,-79.807542&isp=9902&q=Parque%20Cristo>

ELABORADOS POR:			
Nombre y Apellido:	Lissette Espinoza	Nombre y Apellido:	Deimar Mueses
Institución:	Utmach	Institución:	Utmach
Correo electrónico:	lespinoza7@utmachala.edu.ec	Correo electrónico:	dmueses1@utmachala.edu.ec

Ficha 2. Observación de Balneario La Cocha

FICHAS DE OBSERVACIÓN EN EL ATRACTIVO TURÍSTICO			
Nro Ficha:	2	Fecha:	13-ene-24
IDENTIFICACIÓN			
Nombre del Sitio Turístico	Balneario La Cocha		
Nombre de la Parroquia	Casacay		
Nombre del Cantón	Pasaje		
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO TURÍSTICO			
ALOJAMIENTOS			
Hoteles	X	Moteles	
Hostales		Camping	
Hosterías		Residencia	
Pensiones		Hosteria Común	
Observación General:			
ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS			
Restaurantes	X	Fuentes de soda	X
Cafeterías		Bares	
Kioscos de comida	X	Cantinas	
Observación General:			
SITIOS DE RECREACIÓN			
Deporte Acuáticos	X	Picnic	X
Fotografía	X	Escalada de roca	
Kayak del río		Otros	
Observación General:			
OTROS ESTABLECIMIENTOS EN EL SITIO TURÍSTICO			
Bancos		Operadores de comunicación	
Cajeros automáticos		Agencias de viaje	
Centro de			
Guías de turismo			
Observación General:	No cuentan con estos establecimientos.		
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL CANTÓN PASAJE			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL ATRACTIVO			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL CANTÓN PASAJE			
Pavimentado	X	Tierra	
Empedrada		Adoquiada	
Lastrada		Sendero	
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL SITIO TURÍSTICO			
Pavimentado	X	Tierra	
Empedrada		Adoquiada	
Lastrada		Sendero	
Observación General:			
EXISTEN SEÑALIZACIONES EN LOS RECURSOS TURÍSTICOS Y EN LAS VÍAS			
Si	X	No	
¿DE QUÉ MANERA SE DESECHA LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL SITIO TURÍSTICO?			
Carro recolector de basura	X	Tiran en las orillas del sitio	X
Quema de desechos		Otros	
¿EN QUÉ MANERA SE DESECHAN LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL CANTÓN PASAJE?			
Carro recolector	X	Tiran en las vías públicas	X
Quema de desechos	X	Otros	

Descripción del Atractivo

Fotografía 1

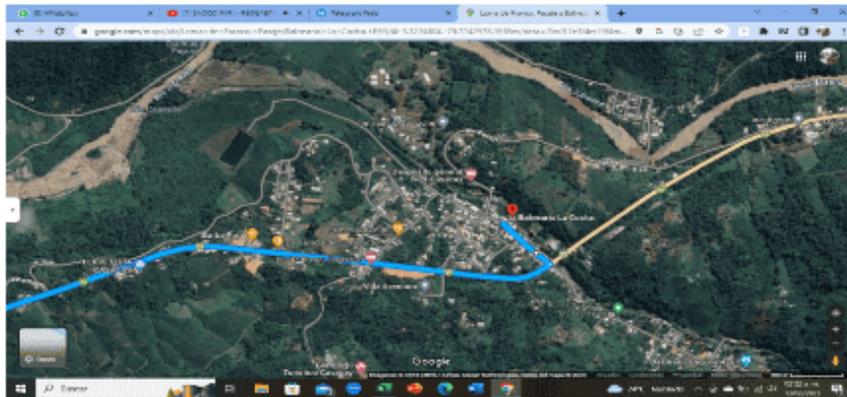


Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante

Fotografía 2



Ubicación Grafica del Atractivo



Fuente bibliográfica: https://maps.apple.com/place?address=Avenida%20La%20Cocha,%20Pasaje,%20Ecuador&ll=-3.322964,-79.722047&q=Avenida%20La%20Cocha&_ext

ELABORADOS POR:			
Nombre y Apellido:	Lissette Espinoza	Nombre y Apellido:	Deimar Mueses
Institución:	Utmach	Institución:	Utmach
Correo electrónico:	jespinoza7@utmachala.edu.ec	Correo electrónico:	dmueses1@utmachala.edu.ec

Ficha 3. Observación de Balneario Palenque

FICHAS DE OBSERVACIÓN EN EL ATRACTIVO TURÍSTICO			
Nro Ficha:	3	Fecha:	13-ene-24
IDENTIFICACIÓN			
Nombre del Sitio Turístico	Balneario Palenque		
Nombre de la Parroquia	Vía Palenque		
Nombre del Cantón	Cantón Pasaje		
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO TURISTICO			
ALOJAMIENTOS			
Hoteles		Moteles	
Hostales		Camping	
Hosterías		Residencia	
Pensiones		Hosteria Común	
Observación General:	No cuentan con un establecimiento de alojamiento cercano del sitio.		
ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS			
Restaurantes		Fuentes de soda	
Cafeterías		Bares	
Kioscos de comida	X	Cantinas	
Observación General:			
SITIOS DE RECREACIÓN			
Deporte Acuáticos		Picnic	
Fotografía	X	Escalada	
Kayak		Otros	
OTROS ESTABLECIMIENTOS EN EL SITIO TURÍSTICO			
Bancos		Operadores de comunicación	
Cajeros automáticos		Agencias de viaje	
Centro de			
Guías de turismo			
Observación General:	No cuentan con estos establecimientos en el sitio turístico.		
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL CANTÓN PASAJE			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	X
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL ATRACTIVO			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL CANTÓN PASAJE			
Pavimentado	X	Tierra	
Empedrada		Adoquiada	
Lastrada	X	Sendero	
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL SITIO TURÍSTICO			
Pavimentado	X	Tierra	
Empedrada		Adoquiada	
EXISTEN SEÑALIZACIONES EN LOS RECURSOS TURÍSTICOS Y EN LAS VÍA			
Si	X	No	
¿DE QUÉ MANERA SE DESECHA LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL SITIO TURÍSTICO?			
Carro recolector de ba	X	Tiran en las orillas del s	X
Quema de desechos	X	Otros	
¿EN QUÉ MANERA SE DESECHAN LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL CANTÓN PASAJE?			
Carro recolector	X	Tiran en las vías pública	X
Quema de desechos		Otros	

Descripción del Atractivo

Fotografía 1

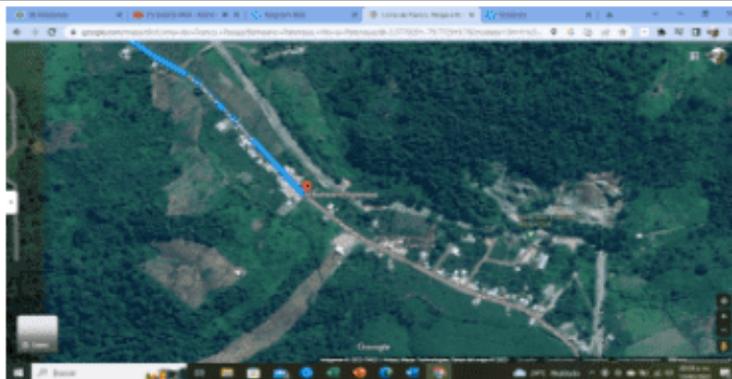


Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante.

Fotografía 2



Ubicación Grafica del Atractivo



Fuente bibliográfica: https://maps.apple.com/place?address=Palenque,%20Ecuador&aid=5336973796234161830&l=-1.436113,-79.756256&isp=64898q=Palenque&_ext=Cf

ELABORADOS POR:			
Nombre y Apellido:	Lissette Espinoza	Nombre y Apellido:	Deimar Mueses
Institución:	Utmach	Institución:	Utmach
Correo electrónico:	lespinoza7@utmachala.edu.ec	Correo electrónico:	dmueses1@utmachala.edu.ec

Ficha 4. Observación de Cascada del Rio Pindo

FICHAS DE OBSERVACIÓN EN EL ATRACTIVO TURÍSTICO			
Nro Ficha:	7	Fecha:	13-ene-24
IDENTIFICACIÓN			
Nombre del Sitio Turístico	Cascada del Río Pindo		
Nombre de la Parroquia	Uzhcurrumi		
Nombre del Cantón	Pasaje		
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO TURÍSTICO			
ALOJAMIENTOS			
Hoteles		Moteles	
Hostales		Camping	
Hosterías		Residencia	
Pensiones		Hosteria Común	
Observación General:	No cuenta con ninguna características de estos establecimientos de alojamientos.		
ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS			
Restaurantes	X	Fuentes de soda	
Cafeterías		Bares	
Kioscos de comida		Cantinas	
Observación General:			
SITIOS DE RECREACIÓN			
Deporte Acuáticos	X	Picnic	X
Fotografía	X	Escalada	X
Kayak	X	Otros	
Observación General:			
OTROS ESTABLECIMIENTOS EN EL SITIO TURÍSTICO			
Bancos		Operadores de comunicación	
Cajeros automáticos		Agencias de viaje	
Centro de			
Guías de turismo			
Observación General:	No cuenta con ninguna características de estos establecimientos en el sitio turístico.		
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL CANTÓN PASAJE			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
TIPOS DE TRANSPORTES PARA LLEGAR AL ATRACTIVO			
Bus	X	Lancha	
Camioneta	X	Caminata	X
Avioneta		Bicicleta	X
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL CANTÓN PASAJE			
Pavimentado	X	Tierra	
Empedrada		Adoquiada	
Lastrada		Sendero	
Observación General:			
VÍAS DE ACCESO AL SITIO TURÍSTICO			
Pavimentado		Tierra	X
Empedrada	X	Adoquiada	
Lastrada	X	Sendero	
Observación General:			
EXISTEN SEÑALIZACIONES EN LOS RECURSOS TURÍSTICOS Y EN LAS VÍA			
Si		No	X
¿DE QUÉ MANERA SE DESECHA LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL SITIO TURÍSTICO?			
Carro recolector de basura		Tirán los desechos en la	X
Quema de desechos	X	Otros	
¿EN QUÉ MANERA SE DESECHAN LOS DESPERDICIOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS EN EL CANTÓN PASAJE?			
Carro recolector	X	Tirán los desechos en la	X
Quema de desechos	X	Otros	

Descripción del Atractivo

Fotografía 1

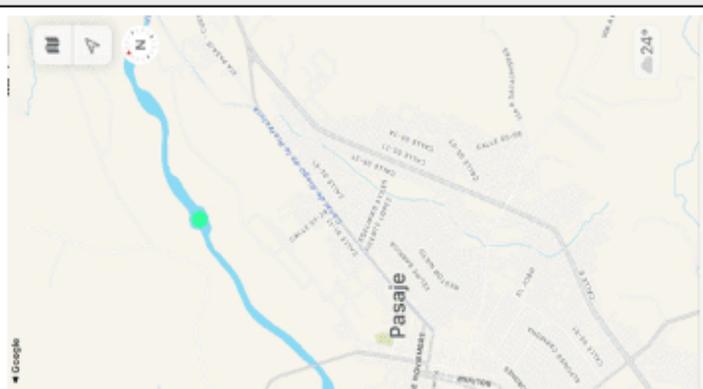


Fuente bibliográfica: foto tomada por el estudiante.

Fotografía 2



Ubicación Grafica del Atractivo



Fuente bibliográfica: <https://www.directorio993.com/clasificados/cascadas-rio-pindo.html>

ELABORADOS POR:			
Nombre y Apellido:	Lissette Espinoza	Nombre y Apellido:	Deimar Mueses
Institución:	Utmach	Institución:	Utmach
Correo electrónico:	jespinoza7@utmachala.edu.ec	Correo electrónico:	dmueses1@utmachala.edu.ec

Encuesta a los turistas

1. ¿Cuál es el tipo de lugar que prefiere visitar en el Cantón Pasaje?
 - () Balneario Dos Bocas
 - () Balneario La Cocha
 - () Rio Pindo – Uzhcurrumi
 - () Parque Abdón Calderón
 - () Campo Real – Palenque

2. ¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar en el cantón Pasaje?
 - () Escalada de roca en el sector San Roque – Uzhcurrumi
 - () Kayak en el Rio Jubones
 - () Picnic en el balneario Dos Bocas
 - () Fotografías en la Caverna de Chillayacu

3. ¿Qué factores toma en cuenta al momento de visitar un sitio turístico?
 - () Servicios de alimento en los atractivos
 - () Precio de acceso acorde a los sitios
 - () Transporte
 - () Seguridad en el lugar
 - () Actividades recreativas
 - () Alojamiento cerca de los atractivos

4. ¿Qué tipología de los videos informativos de los sitios turísticos es más cómodo ver?
 - () Videos con narración especificando el lugar
 - () Videos con textos especificando el lugar
 - () Mini Documentales

5. ¿Para informarse de los sitios turísticos que ofrece el Cantón Pasaje, que red social frecuenta más?
- () Facebook
 - () Tik Tok
 - () Instagram

Encuesta a los moradores

1. Usted alguna vez ha visto un video promocional de los atractivos turísticos del cantón Pasaje
- () Si, y debería seguir promocionando
 - () No, pero si es necesario promocionarlo
2. ¿Cree que la comunidad está dispuesta a colaborar con participaciones en los videos informativos a realizar en las redes sociales?
- () Si estoy dispuesto
 - () No estoy dispuesto
 - () No es de mi interés
3. ¿Considera usted que las autoridades de la parroquia trabajan en el desarrollo de la oferta turística?
- () Si
 - () No
4. ¿Cree que la afluencia de turistas (visitantes) ayuda al desarrollo social y económico de la Parroquia?
- () Si, es de gran ayuda
 - () No es de gran ayuda

5. ¿Qué tan importante le parece contar con un guía que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, con el fin de profundizar en el aprendizaje de la cultura de la comunidad visitada?

() Es una suma muy importante para la comunidad.

() Lo veo poco necesario

() No es muy necesario

CONCLUSIÓN

Una vez finalizada nuestra investigación y propuesta de promoción hemos realizado las siguientes conclusiones:

- El cantón Pasaje ofrece lo que viene siendo el turismo de aventura, turismo natural y su exquisita gastronomía, el mismo tiene un potencial que las autoridades y los propios moradores no le sacan mucho provecho, ya que son pocos los turistas externos y más los internos que llegan a visitar y disfrutar de lo que tiene el cantón.
- Por eso hemos propuesto un plan de promoción turística mediante videos que informen y que muestren lo que tiene por ofrecer, ya que las redes sociales son el medio de difusión más usado y fácil de llegar a turistas en todas partes del Ecuador como también fuera de ella, esto creara una reacción positiva y un impulso en la económica, ofertas y demanda turísticas.

RECOMENDACIONES

- Creación de videos demostrativos con el fin de atraer el interés público de los turistas hacia los lugares atractivos del cantón Pasaje.
- Se recomienda que el ministerio del turismo cuente con estas nuevas tecnologías en las redes sociales, recibiendo como un recurso importante para así tener un conocimiento de los atractivos naturales que brinda nuestra provincia El Oro.
- Proponer estrategias como el marketing turístico, publicidad y creación e innovadora será de gran utilidad en las redes sociales a la hora de realizar promoción turística en los destinos turísticos y así facilita el poder compartir las experiencias de los visitantes.
- Se recomienda diseñar los códigos QR en el ministerio turismo del cantón y de la provincia, en los distintos atractivos, para que así obtenga la información en su demostración digital de los lugares naturales.

Bibliografía

- Abreu, J. L. (Diciembre de 2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Aguilar, E., Reyes, K., Ordoñez, O., & Calle, M. (junio de 2018). Uso y valoración de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico: Caso Casacay, cantón Pasaje, El Oro-Ecuador. *Scielo Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 80-88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100080>
- Alan, D., & Liliana Cortez . (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. (Vol. 1). Machala, El Oro, Ecuador: UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Alvarado, J. C. (Julio-Diciembre de 2018). ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa? *REVISTA ELECTRÓNICA DE CONOCIMIENTOS, SABERES Y PRÁCTICAS*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30698/recsp.v1i2.13>
- Andrés, J.-M. L., J. D.-F., & L. G.-L. (26 de agosto de 2022). El marketing digital de los negocios y emprendimientos turísticos en Ecuador una revisión del estado del arte. *593 Digital Publisher*, 7(4-1), 596-605. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1205>
- Asiú, L. E. (ene.-feb de 2021). Evaluación formativa en la práctica pedagógica: una revisión bibliográfica. *Scielo*, 17(78). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442021000100134&script=sci_arttext

- Avila1, H. F., Magarita Matilla González, & Silverio Mantecón Licea. (18 de octubre de 2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACION EMPÍRICA? *Revista Didasc@lia: D&E*, 11(3), 62-79.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Bahls, Á., Wendhausen, R., & Silva, E. d. (abril de 2019). COMPRENSIÓN DE LOS CONCEPTOS DE CULINARIA Y GASTRONOMÍA. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(4), 312 – 330. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322019000200004&script=sci_arttext
- Beaton, M. O., V. G., M. J., M. K., & V. M. (24 de 10 de 2022). Pueblos de Interés Turístico y Marketing a través de Redes Sociales en Internet: el Caso de Madruga, Cuba. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 8(1), 1-10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7246604>
- Beaton, M. O., Vasile Grama, María José Pérez González, Maximiliano Korstanje, & Víctor Martínez Roberto. (24 de 10 de 2022). Pueblos de Interés Turístico y Marketing a través de Redes Sociales en Internet: el Caso de Madruga, Cuba. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 8(1), 1-10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7246604>
- Cadena-Iñiguez, P. ,.-M.-Á.-C.-M.-J. (7 de noviembre de 2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>
- Cavero, M. J. (06 de agosto de 2022). MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES Y SU CONTRIBUCIÓN A LA IDENTIDAD DE MARCA EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS FAMILIARES. *GLOBAL BUSINESS*

ADMINISTRATION JOURNAL, 5(2), 51-62. <https://doi.org/DOI:>

<https://doi.org/10.31381/gbaj.v5i2.4029>

Chagoya, E. R. (1 de julio de 2018). *Métodos y técnicas de investigación*. Métodos y técnicas de investigación.: <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>

Córdova, M. A., Pérez Espinoza, M., & Lalangui Ramírez, M. (02 de febrero de 2018).

Marketing turístico: una oportunidad de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas para su crecimiento sostenible. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), Pp 114-119. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202018000200114&script=sci_arttext

Daries-Ramón, N., Eduard Cristóbal-Fransi , & Eva Martín-Fuentes . (01 de mayo de

2014). PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. *Papers de turisme*(55), 84-106.

<https://repositori.udl.cat/handle/10459.1/65313>

Dávila, J., Morocho, K., & Noblecilla, M. (03 de abril de 2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador. *593 Digital Publisher*, 6(3), pp. 57-75.

<https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.542>

Dayanara Sandoval, O. O. (junio de 2018). Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 14-21.

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2018000100014

- Edison Patricio Ayerve-Ramirez, a. G.-C.-G. (05 de octubre de 2021). Redes sociales: una herramienta de distribución promocional del marketing turístico. *Uda akadem Pensamiento Empresarial*(8), 122-145.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi8.440>
- Esparza, R., Gamarra, C., & Barrantes, D. (julio de 2020). EL ECOTURISMO COMO REACTIVADOR DE LOS EMPRENDIMIENTOS LOCALES EN AREAS NATURALES PROTEGIDAS. *Revista Científica Universidad y Sociedad*, 12(4), pp 436-443. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-436.pdf>
- Flores, F. A. (enero- junio de 2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), pp.102-122.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Galeas, M. C. (15 de septiembre de 2017). Identidad e Identificación: Investigación de Campo como Herramienta de. *INNOVA Research Journal*, 2(10.1), 155-164.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v2.n10.1.2017.465>
- García, Y., & García, E. (28 de diciembre de 2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13612-13624. https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1346
- Gladys, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (01 de 07 de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. <https://doi.org/DOI:10.26820/recimundo/4>.

- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., & Betancourt-Buitrago, L. (abril de 2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portuga*, 81(184), 158-163.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49630405022>
- Gutiérrez, M. G., M. Á., & A. G. (abril/ septiembre de 2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Scielo*, 18(15), 135-150. <https://doi.org/https://doi.org/17163/ret.n15.2018.09>
- Ing. María Auxiliadora Guerrero Bejarano, M. (15 de febrero de 2016). La investigación cualitativa. *NNOVA Research Journal*, 1(2), 1-9.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920538#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20es%20uno,necesaria%20para%20su%20buena%20implementaci%C3%B3n>.
- Jiménez, M. Á., & Allés, M. T. (junio de 2018). Revisión teórica de la relevancia de las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC) en el sector turístico. *Dialnet*, 11(24), 9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7845416>
- José Linares. (18 de 06 de 2018). Las redes sociales como herramienta del marketing. *SCIÉENDO*, 157-163.
<https://doi.org/https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37322>
- Kenneth Delgado , Walter Federico, & Sara Vera. (2018). *Rompiendo Barreras en la Investigación*. (Vol. 1). Machala, El Oro, Ecuador: UTMACH, 2018.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12500/1/RompiendoBarreraEnLaInvestigacion.pdf>

- María Verónica Arroyo Cobeña. (enero- abril de 2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *RECUS: Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 3(1), 44-49.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6719895>
- Martínez, J. G., Martínez, G. E., Vaca, C. I., & Ochoa, F. I. (8 de marzo de 2023). Uso de las redes sociales en la promoción turística. *Concidencia Digital*, 6(1.4), 350-368. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.33262/concenciadigital.v6i1.4.2002](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.33262/concenciadigital.v6i1.4.2002)
- Melgarejo, A. M., López, I. S., & Bercial, R. Á. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *Dialnet*, 11(25), 1.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7773473>
- Miguel Ángel Sánchez Jiménez, M. T.-T. (27 de enero de 2020). El uso y la importancia de las redes sociales en el sector hotelero desde la perspectiva de los responsables de su gestión. (U. d. Turísticas, Ed.) *Revista Investigaciones Turísticas*(20), pp. 50-78.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.03>
- Molina. (2023). Metodos analiticos de normalidad. *Revista electronica anestesia*, 15(2), 2. <file:///C:/Users/mi%20computadora/Downloads/Dialnet-MetodosAnaliticosDeNormalidadMomentos-8838921.pdf>
- Montoya, G. A., Jiménez, M. Á., & Coronil, A. G. (septiembre de 2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), pp.135-150.
[https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09)
- Morles, V. (enero de 2002). Sobre la metodología como ciencia y el método científico: un espacio polémico. *Revista de Pedagogía*, 23(66), 121-146.

https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-97922002000100006

Palmett, A. (14 de 06 de 2020). MÉTODOS INDUCTIVO, DEDUCTIVO Y TEORÍA DE LA PEDAGOGÍA CRÍTICA. (I. y. Ambiental, Ed.) *Revista Critica Transdisciplinar*, 3(1), 36-42. <https://petroglifosrevistacritica.org/ve/wp-content/uploads/2020/08/D-03-01-05.pdf>

Ramalho, F. W., Daniela, T., Michele, P., & Gabriele, G. (Diciembre de 2019). El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día. *Scielo Brasil*, 21, 398-422. <https://doi.org/https://doi.org/10.14210/rtva.v21n3.p398-422>

Ramírez, J. F., Hernández, I. P., Rodríguez, M., & Miranda, H. (02 de Diciembre de 2020). Turismo local sostenible: contribución al desarrollo territorial en Cuba. *Scielo Cooperativismo y Desarrollo*, 8(3), 425-447. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310-340X2020000300425&script=sci_arttext

Robalino-Coyago, J. L., Mercy Yessenia Gallegos-Gallegos, & Ana Elizabeth Moscoso-Parra. (11 de 09 de 2021). Estrategias de marketing digital para promoción turística. Caso. *Dialnet*, 6(6), 151-168. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.753>

Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (01 de marzo de 2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*(82), 179-200. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>.

- Rolando, F. S., & Estela, A. H. (20 de noviembre de 2020). El turismo de los Millennials; Airbnb y la economía colaborativa. *Gestion en el Tercer Milenio*, 23(46), 99 - 106. <https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v23i46.19158>
- Roncero, M. (mayo-agosto de 2019). Metodología cualitativa para enfocar la mirada cuantitativa (2019). *Dialnet*(43), 137-158.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6922586>
- Samaniego, M. K., MSc José Calle Mejía, & MSc Mario Zambrano Paladines. (02 de septiembre de 2018). El marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso egresados de la Universidad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(4), 103-109.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000400103
- Sierra, P. S., S. L., E. K., S. I., & F. D. (junio de 2019). PROPUESTA DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA CASCADA SALTO DE ORO, COMO ATRACTIVO NATURAL DE LA PARROQUIA JERUSALEN, CANTÓN PEDRO CARBO, PROVINCIA DEL GUAYAS, ECUADOR. *Dialnet*, 12(26), 1-27.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7761348>
- Sierra, P. S., Sofía Lissette Pacherras Nolivos, Evelyn Karina García Carranza, Strielka Ivette Sánchez Cáceres, & Félix David Freire Sierra. (junio de 2019). PROPUESTA DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA CASCADA SALTO DE ORO, COMO ATRACTIVO NATURAL DE LA PARROQUIA JERUSALEN, CANTÓN PEDRO CARBO, PROVINCIA DEL

GUAYAS, ECUADOR. *Dialnet*, 12(26), 1-27.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7761348>

Tenecota, E. C., Mero Carrasco, G., Vera Jama, J., & Iriarte Vera, E. (junio de 2020).

MARKETING TURÍSTICO COMO ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL TURISMO EN LA CIUDAD DE BAHÍA DE CARÁQUEZ. *Revista Bahia Magazine.*, 1(1), 24-30.

https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/ulead_bahia_magazine/article/view/83

Thompson, I. (septiembre de 2010). *Promonegocios.net*. Promonegocios.net:

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Velázquez, B., & Hernández, J. (05 de enero de 2019). Marketing de Contenidos. *Boletín Científico de la Escuela Superior Atotonilco de Tula*, 6(11), 51-53.

[https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.29057/esat.v6i11.3697](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.29057/esat.v6i11.3697)

Violeta, L. R. (30 de marzo-junio de 2021). EL MARKETING DIGITAL Y LA PROMOCIÓN DEL TURISMO LOCAL. *Revista de Ciencias Empresariales*, 2(2), 52-64. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.58720/bis.v2i2.39](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.58720/bis.v2i2.39)

Zambrano, A. M., & Quiñonez, P. A. (09 de enero de 2021). COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA: CASO BAHÍA DE CARÁQUEZ, ECUADOR 2020. *Revista Científica SAPIENTIAE*, 4(7), 2-15.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.009>

Zambrano, G. V., & Quintero, F. A. (junio de 2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *Scielo*(34), 164 - 184.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164

Anexos

Encuesta a los turistas

1. ¿Cuál es el tipo de lugar que prefiere visitar en el Cantón Pasaje?
 - () Balneario Dos Bocas
 - () Balneario La Cocha
 - () Rio Pindo – Uzhcurrumi
 - () Parque Abdón Calderón
 - () Campo Real – Palenque

2. ¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar en el cantón Pasaje?
 - () Escalada de roca en el sector San Roque – Uzhcurrumi
 - () Kayak en el Rio Jubones
 - () Picnic en el balneario Dos Bocas
 - () Fotografías en la Caverna de Chillayacu

3. ¿Qué factores toma en cuenta al momento de visitar un sitio turístico?
 - () Servicios de alimento en los atractivos
 - () Precio de acceso acorde a los sitios
 - () Transporte
 - () Seguridad en el lugar
 - () Actividades recreativas
 - () Alojamiento cerca de los atractivos

4. ¿Qué tipología de los videos informativos de los sitios turísticos es más cómodo ver?
 - () Videos con narración especificando el lugar
 - () Videos con textos especificando el lugar

Mini Documentales

5. ¿Para informarse de los sitios turísticos que ofrece el Cantón Pasaje, que red social frecuenta más?

Facebook

Tik Tok

Instagram

Encuesta a los moradores

1. Usted alguna vez ha visto un video promocional de los atractivos turísticos del cantón Pasaje

Si, y debería seguir promocionando

No, pero si es necesario promocionarlo

2. ¿Cree que la comunidad está dispuesta a colaborar con participaciones en los videos informativos a realizar en las redes sociales?

Si estoy dispuesto

No estoy dispuesto

No es de mi interés

3. ¿Considera usted que las autoridades de la parroquia trabajan en el desarrollo de la oferta turística?

Si

No

4. ¿Cree que la afluencia de turistas (visitantes) ayuda al desarrollo social y económico de la Parroquia?

Si, es de gran ayuda

No es de gran ayuda

5. ¿Qué tan importante le parece contar con un guía que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, con el fin de profundizar en el aprendizaje de la cultura de la comunidad visitada?

() Es una suma muy importante para la comunidad.

() Lo veo poco necesario

() No es muy necesario