



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ

**CAMPUS: DR. HÉCTOR USCOCOVICH BALDA
FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO**

TESIS DE GRADO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA PROMOCIONAR LA CIUDAD
PATRIMONIAL DE BAHIA DE CARÁQUEZ, CANTON SUCRE, PERIODO
2014.**

AUTOR

JULIAN ENRIQUE PAZMIÑO QUINTERO

TUTOR

LIC. JOSE BERNARDO BERMEO

**BAHÍA DE CARÁQUEZ – MANABÍ – ECUADOR
2016**

CERTIFICACIÓN

LCDO. JOSÉ BERMEO DELGADO. CATEDRÁTICO DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSION BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado **“Plan de marketing turístico para promocionar la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez, Cantón sucre, periodo 2014”**, elaborado por el egresado **Julián Enrique Pazmiño Quintero**, ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Facultad de Administración Turísticas y Hoteleras.

En consecuencia autorizo su presentación y sustentación.

Bahía de Caráquez, septiembre del 2016

Lcdo. José Bermeo Delgado
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en esta Tesis pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta Tesis corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro “de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez.

El autor

Julián Enrique Pazmiño Quintero

AGRADECIMIENTO

Primeramente mi triunfo se lo dedico a Dios por estar a mi lado en buenos y malos momentos. A mis padres, hermanas, esposa e hijo, quienes fueron motivación para la finalización de mi carrera profesional.

Les agradezco profundamente a quienes conforman la **Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Bahía de Caráquez**, en especial a mis Docentes, al Decano de la extensión **Abg. Arturo de la Rosa Mg.**, a mi director de Tesis, **Lic. José Bernardo Bermeo**, el mismo que con su valiosa aportación y guía, hicieron posible la elaboración del presente trabajo investigativo.

A mis compañeros de carrera que durante el proceso de formación en la Universidad dejaron una profunda amistad y compañerismo para lograr este título profesional.

Julián Enrique Pazmiño Quintero

DEDICATORIA

Primeramente le dedico mi triunfo a **Dios** por haber permitido que concluya con esta etapa profesional. A mis padres por siempre apoyarme en mis estudios y siempre creer en que lo puedo lograr. A mi esposa quien estuvo a mi lado animándome en todo el proceso de culminación de mis estudios profesional y a la luz de mis ojos, mi hijo quien es mi pilar y motor de lucha diaria para superarme cada día.

A todos mil gracias.

Julián Enrique Pazmiño Quintero

RESUMEN

El objetivo de esta tesis es el Plan de Marketing Turístico de la Ciudad Patrimonial de Bahía de Caráquez, se logró desarrollar el contexto de la caracterización de las dos variables en la que este inmiscuido la investigación.

En el capítulo I en este se despliegan los diferentes conocimientos de los autores Philip Kotler, Antoni Serra, José Rousslin, entre otros conocidos autores, donde se destacan las teorías tales como Marketing Turístico, Planes estratégicos y Actividades Turísticas en la que hace referencia al transcurso del Plan de marketing turístico de la Ciudad Patrimonial de Bahía de Caráquez.

En el capítulo II el tipo de investigación que se realizó fue de campo, la cual se recaudó la información en la ciudad de Bahía de Caráquez, con una población total de 480 personas.

En el capítulo III en este se ejecutó un proyecto de Plan de marketing turístico para la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez, con el fin de promocionar y reactivar el turismo en la Ciudad Patrimonial. Los resultados que se adquirieron fueron de gran beneficio para poder obtener las conclusiones y recomendaciones y así poder culminar el proyecto respecto a la Ciudad Patrimonial.

Descriptores:

Variable independiente – **Plan de Marketing**

Variable dependiente – **Ciudad Patrimonial**

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
APROBACIÓN TESIS TRIBUNAL.....	IV
DEDICATORIA.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	5
1. MARCO TEÓRICO.....	5
1.1.5.1. Playa de Canoa.....	16
1.1.5.2. Playa de San Vicente.....	16
1.1.5.3. Isla Corazón y Fragatas.....	17
1.1.5.4. Arco del Amor.....	17
1.1.5.5. Playa de San Clemente.....	17
1.2. PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO.....	17
1.4. MARKETING TURÍSTICO.....	23
1.6. IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	26
1.7. EL TURISMO Y SUS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	27
1.8. EL TURISMO COMO FUENTE DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	28
CAPÍTULO II.....	30
2. DIAGNÓSTICO DEL ESTUDIO DE CAMPO CON SUS RESPECTIVOS RESULTADOS.....	30
2.1. POBLACIÓN.....	30
2.2. MUESTRA.....	30
2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DE BAHÍA DE CARÁQUEZ CIUDAD PATRIMONIAL, ASÍ COMO A LA POBLACIÓN DE MENORES DE 18 AÑOS DE EDAD DE BAHÍA DE CARÁQUEZ.....	30
CAPITULO III.....	35
3. TEMA.....	35
3.1. ANTECEDENTES.....	35
3.3. JUSTIFICACIÓN.....	38
3.4. OBJETIVO.....	41

3.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	41
3.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	41
3.5. ESTUDIOS TÉCNICOS:	42
3.5.1. LOCALIZACIÓN	42
3.5.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA CIUDAD PATRIMONIAL.....	43
3.11. ACTIVIDADES PARA PROMOCIONAR LA CIUDAD PATRIMONIAL DE BAHÍA DE CARÁQUEZ.	52
3.12. COSTO TOTAL DE LA PROPUESTA.....	53
3.14. RECURSOS A UTILIZARSE EN EL PROYECTO	54
3.16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
3.16.1 CONCLUSIONES	55
3.16.2. RECOMENDACIONES	56
ANEXO #1.....	60
ANEXO # 2.....	66
ANEXO # 3	68

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se comprueba por la falta de un plan de marketing turístico para poder promocionar la ciudad Patrimonial de Bahía de Caráquez, la ciudad se ha potencializado en sus ámbitos turísticos, de eventos, sol y playa, pero no se está fortaleciendo en el ámbito cultural, en especial para ofertar el patrimonio por el cual fue su declaración.

En el mundo actual el turismo es uno de los sectores de la economía mundial que experimenta un mayor crecimiento y como factor de desarrollo económico constituye en la actualidad un tema de vital importancia dentro de la economía mundial.

Bahía de Caráquez ubicado en el centro norte de la Provincia de Manabí encierra playas con arenas blancas, <y montañas arcillosas, que han proporcionado desde tiempos inmemoriales las materias primas de la fina alfarería, de los tratamientos delicados de la piel, del control de enfermedades y del conjunto de recursos naturales que facilitan la vida cotidiana del hombre antiguo que vivió en esas zonas.

Cada lugar turístico a visitar en una ciudad tiene una historia, unas raíces, unas características peculiares que hay que saber transmitir a través de una web turística. Por ello, con esto lo que se pretende es tomar lugares importantes de la ciudad para que sirva de referencias a otras ciudades.

Este proyecto de la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez es que este sea un atractivo turístico, con el objetivo de crear calidad turística lo que beneficia a la ciudadanía en general.

De la revisión de los planes elaborado anteriormente. Se puede precisar que tanto en el diagnóstico realizado, como en el cumplimiento de las estrategias, tareas y objetivos que la variable más afectada del marketing es la promoción.

Tareas científicas:

- Realizar una medición bibliográfica que fundamente teóricamente la investigación.
- Analizar el histórico de los planes de marketing turístico que hayan sido aplicado para promocionar la ciudad patrimonial de bahía de Caráquez.
- Diagnosticar cómo influye el Plan de marketing turístico en la promoción de la ciudad patrimonial de bahía de Caráquez.
- Proponer nuevas estrategias de promoción y publicidad de la ciudad turística y patrimonial de Bahía de Caráquez.

La modalidad de investigación fue de carácter bibliográfico y de campo.

Bibliográfico.- Las fuentes de información serán las documentales. Se utilizó como instrumentos los antecedentes de planes de marketing que hayan sido aplicados en administraciones anteriores y que hayan tenido un impacto en el turismo de Bahía de Caráquez.

De campo.- El proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o

bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada). En este caso un plan de marketing turístico en la ciudad de Bahía de Caráquez.

Se aplicará la investigación exploratoria y la descriptiva, las mismas que permitirán detectar las respuestas a los interrogantes. Toda vez que el nivel exploratorio constituye el nivel inferior de la investigación porque pone al investigador en contacto con la realidad a auscultar sobre la que se realiza una investigación sistemática y profunda. La población es ciudadano residente en bahía de Caráquez.

El presente trabajo de investigación se realizó con los siguientes métodos de investigación:

Investigación Histórica lógica.- que permitió conocer antecedentes de planes de marketing ya aplicados en el cantón Sucre.

El tipo de investigación a realizar es correlacionar ya que relaciona las variables causas - efectos como es la de este caso un plan de marketing turístico en la ciudad de Bahía de Caráquez.

En el presente proyecto se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos:

Lectura científica.- Como fuente de información bibliográfica para realizar la conceptualización del Marco Teórico.

Instrumento.- Se utilizó organizadores gráficos, mapas conceptuales, organigramas funcionales y fichas bibliográficas para sintetizar la información.

Encuesta.- Se aplicó a los ciudadanos del cantón Sucre.

Instrumento.- Se aplicó una encuesta con preguntas cerradas para valorar la incidencia del plan de marketing turístico en la ciudad de Bahía de Caráquez.

Entrevistas.- Permitió conseguir información obtenida de los hoteleros y empresarios turísticos, el cual se analizara las necesidades y sus expectativas de lo que realiza el municipio para sacar adelante el turismo.

CAPITULO I

1. Marco Teórico

El planteamiento de una investigación no puede ejecutarse si no se hace explícito aquello que se propone conocer. Es siempre necesario diferenciar entre lo que se sabe y lo que no se sabe con respecto a un tema para definir claramente el problema que se va a investigar. El correcto planteamiento de una problemática de investigación no les permita precisar los objetivos generales y específicos. **(Sabino, 2008)**

Es siempre necesario diferenciar entre lo que se sabe y lo que no se sabe, con relación a un tema para precisar claramente la dificultad que se va a investigar. El planteamiento de una investigación no puede ejecutarse si no se hace explícito aquello que nos proponemos conocer.

Las variables son aquellas propiedades que ostentan ciertas características y son susceptibles de medirse u observarse, las variables muestran los aspectos relevantes del fenómeno a presentar y está en relación directa con el planteamiento del problema, a partir de ello se escoge los instrumentos e técnicas de información para la realización del problema en estudio, estas variables dependen de su diferenciación la misma que se puede medir, controlar y también estudiar.

1.1. Historia de Bahía de Caráquez

De acuerdo con el padre Juan de Velasco, en su libro Historia del Ecuador, Los Caras se asentaron en el año 800. A.C. en la bahía que después se denominaría de Caráquez, los mismos que fundarían el Reino de Quito y conformarían la Dinastía Shyris. El 21 de Octubre de 1867 se da la primera creación del cantón Sucre y el 3 de Noviembre de 1875 se lo legaliza definitivamente y se suscribe la primera Acta Constitutiva, siendo su primer Presidente Don Manuel Nevárez. En el año 1887 se funda el Liceo Mercantil, denominado posteriormente Pedro Carbo y luego Colegio Nacional Eloy Alfaro, hecho histórico de gran trascendencia para Bahía de Caráquez y Manabí, por la incidencia que este centro educativo tendría en los 125 de su existencia.

Desde el año 1900 hasta mediados del siglo 20 se producen en Bahía de Caráquez, hechos y acontecimientos que perduran aún en la memoria del pueblo caraqueño: Se crean instituciones y organizaciones obreras, sociales, deportivas, culturales y periodísticas; se produce un gran movimiento portuario para la exportación de higuera, café, balsa, tagua; Los barcos llegan hasta la rada interior, con ellos vienen productos del extranjero como pianos, guitarras perfumes, radio, Cigarrillos, Whisky de Marca, el jabón Palmolive; viene el primer automóvil desde los EE.UU. y se produce la llegada de emigrantes de nacionalidades europeas. Se Inicia la construcción del ferrocarril que enlazaría las ciudades de Tosagua, Calceta y Chone, partiendo desde Bahía, obra legendaria del General Eloy Alfaro.

De 1905 a 1912, se inicia la construcción de la Iglesia la Merced que el próximo año cumple su primer centenario. En 1921, se instala el alumbrado eléctrico público, siendo una de las primeras ciudades de la costa en tenerlo. En 1929 se construye y se coloca el Faro en el peñón de la Piedra, cerca del Hotel que lleva su nombre.

De 1950 a 1970 se produce la primera gran recesión económica de Bahía de Caráquez y el cantón. Fracasa el dragado del puerto de Bahía, por parte de la compañía Agrégate de Puerto Cabello – Venezuela y se inicia la construcción del Puerto en Manta, reduciéndose alarmantemente las actividades portuarias exportadoras. De 1970 a 1993 Bahía recupera su esplendor por el Gran Auge camaronero y el crecimiento del turismo, construyéndose la primera empacadora de camarón de Manabí, ubicada en Leónidas Plaza. Este auge muy intenso es decisivo para que en 1980 se construya el nuevo Banco Central del Ecuador en Bahía de Caráquez.

Desde el año 1994, declina la Producción camaronera, bajando al 10%, por efecto de la mancha blanca de Camarón. De 1997 a 1998 el Fenómeno de El Niño colapsa la producción camaronera por efecto de la mancha Blanca del camarón y el terremoto del 4 de Agosto de 1998 contribuye a la reducción del crecimiento y desarrollo de Bahía de Caráquez y el cantón pero de igual manera se produce una gran motivación de sus pobladores para salir de la crisis que golpea a todos sin distinción social.

En Octubre del año 2007, Se pone la Primera Piedra de la Construcción del Puente Bahía San Vicente y el 3 de Noviembre de 2010 el Presidente Rafael Correa Delgado inaugura la más grande obra vial realizada en la provincia de

Manabí, de todos los tiempos, denominándose LOS CARAS, considerado hasta esta fecha el más largo del país.

El cantón Sucre, junto sus parroquias actuales se ha caracterizado por su pujanza, grandeza en valores cívicos, culturales, intelectuales, deportivos, que los han hecho admirar y respetar en el concierto nacional. Su gente tiene ribetes de grandeza. Hombres y mujeres, con su inteligencia peculiar, han esculpido su historia con pinceles diamantinos, enseñándonos el sendero de tenacidad contra las adversidades, para preservar el legado de su cultura y saberes. (Sucre, 2013)

1.1.1. Población según Censo 2010

Tiene una población de 20.000 habitantes, compuesta mayoritariamente por mestizos y blancos descendientes de españoles e italianos en su mayoría. A principios del siglo XX hubo mucha inmigración de familias italianas, croatas, libanesas, palestinas, turcas, alemanas, francesas, Estadounidenses y canadienses que dejaron descendientes en esta ciudad. Su ubicación en la costa, convierte a Bahía de Caráquez en uno de los principales centros turísticos de la provincia de Manabí. Fuente del (INEC, 2010)

1.1.2. Economía

Pese a que Bahía de Caráquez es una ciudad con grandes potenciales turísticos, su principal actividad económica es la cría y engorde de camarones en cautiverio. En la Bahía o estuario del río Chone existen unas 6.000 hectáreas de piscinas dedicadas al cultivo de este crustáceo. La industria local es muy incipiente, existiendo solamente una planta procesadora y

exportadora de camarones congelados, una fábrica de hielo potable y una fábrica de agua purificada.

En la zona rural de la parroquia de Leónidas Plaza, se encuentran fincas o haciendas que se dedican a la cría de ganado bovino y porcino. Así mismo se pueden encontrar alrededor de una docena de granjas avícolas, con gallinas ponedoras de huevos.

1.1.3. Vías de Transporte

Bahía de Caráquez consta de acceso por vía terrestre en donde confluyen carreteras que vienen desde Quito y Guayaquil. En San Vicente, existe un aeropuerto con una pista asfaltada de 1900 metros, en la actualidad se planea instalar ahí una base Aero Naval; y una carretera que la conecta con la provincia de Esmeraldas. El 3 de noviembre de 2010, se inauguró el puente "Los Caras", que une San Vicente con Bahía, logrando completar la Ruta del Spondylus. (Bargas, 2010)

Bahía de Caráquez, legalmente denominada como San Antonio de Caráquez y fundada con el nombre original de Ciudad de San Antonio de Morgia Bahía de Caráquez, antes llamada Bahía de los Caras o simplemente reconocida como Bahía la ciudad sin copia, ciudad Ecuatoriana de la región geográfica costanera perteneciente al cantón Sucre, en la jurisdicción de la provincia de Manabí. Está ubicada una hora al norte de la ciudad de Manta, en la desembocadura del río Chone, y posee una reconocida infraestructura turística que la dispone como cabecera cantonal.

El alma y corazón es su malecón, que cambia su carácter según sus diferentes tramos, desde restaurantes y kioscos de artesanías hasta edificios inteligentes y hoteles.

La isla Corazón, localizada a unos pocos kilómetros del río Chone, es un sitio de reproducción y crianza de muchas aves marinas, especialmente de fragatas. Puede ser visitada a través de tours guiados por los propios pescadores que salen del muelle municipal de Bahía de Caráquez o desde Puerto Portovelo. Bahía es un hermoso lugar turístico. Cuenta con una de las playas más privilegiadas del Ecuador.

Muchos turistas les gustan venir a pasar sus vacaciones en estas playas, especialmente de la ciudad capital, Quito por tener aguas tranquilas y estas son ideales para poder practicar cualquier tipo de deporte como acuático, montaña, ciclismo, entre otros. Hoy en día, Bahía de Caráquez, se ha transformado en un hermoso fondeadero de veleros internacionales que buscan seguridad, tranquilidad y facilidades turísticas, los turistas tanto nacionales como internacionales han encontrado en esta ciudad un punto ideal para el descanso. Cruzando Bahía de Caráquez se encuentra la población de San Vicente. Esta trayecto es muy pintoresco y se la puede visitar ya sea en lanchas de pasajeros y en el puente que une a las dos poblaciones.

Desde la época prehispánica fue la antigua capital del Reino de los Caras, una entidad territorial indígena que intuía todo el Norte de la Provincia de Manabí y parte de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. En los inicios de la época colonial fue la ciudad sede gubernamental y administrativa de la Tenencia de Caráquez. Esta fue la recorrido principal de llegada de conquistadores españoles para la conquista de los usuales territorios de la

República del Ecuador, principalmente de su travesía por conquistar el Reino de Quito y nuestro Imperio inca.

Hasta el momento existen dos hechos comprobados: el primero es que en el lugar, bajo el agua con testimonios y filmaciones obtenidas por buzos y científicos se prueba la existencia de paredes paralelas y columnas perfectamente lineales con intersecciones en ángulos de 90°, así como piezas semejantes a ladrillos y piedras circulares con orificios en el centro de diversos tamaños.

Si bien no está claro si las estructuras son formaciones naturales o fueron construidas bajo el agua, el segundo hecho es irrefutable: existen cartas náuticas que datan de los siglos XVI y XVII en las cuales los dibujos señalan una conformación de la costa con una punta continental que termina justo en el actual Bajo de Santa Martha.

Carlos Pacheco, buzo del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, manifestó que “hemos identificado los sitios en donde se encuentran las estructuras submarinas y no será nada fácil llegar a conclusiones sobre las formaciones existentes, pero esperamos que todos estos estudios y pruebas nos permita partir a una investigación definitiva”.

Atardecía el martes pasado. La proa se levantaba y por ratos parecía quedarse suspendida en el aire hasta luego golpear con fuerza el oleaje.

Pero la turbulencia ni inmutó a Patricio Tamariz y Óscar Cornejo, quienes participaron entre el 27 y 29 de mayo en la cuarta expedición que se organiza

en busca de vestigios de una supuesta 'Ciudad Perdida', sumergida a cinco kilómetros frente a Bahía de Caráquez.

El sitio es conocido como los Bajos de Santa Martha por ser de poca profundidad, donde el agua da en el pecho, en marea baja, a una persona de mediana estatura (1,70).

Se llega tras un viaje de 20 minutos desde Bahía de Caráquez. Al lugar acudió el pasado 27 de mayo un equipo de arqueólogos de prospección subacuática, integrado por Johan Reinhard y Bill Seliger, de la revista *National Geographic*.

En la exploración estuvieron los biólogos ecuatorianos Cornejo y Ernesto Rodríguez, el arqueólogo José Chancay, Patricio Tamariz y el buzo Carlos Pacheco, quienes se sumergieron 40 horas en intervalos durante tres días en busca de formaciones hechas por humanos.

Un video grabado en 1997 y en el que se observan rocas con formas casi perfectas cubiertas por arrecifes de coral, donde habitan especies marinas, motivó esta cuarta expedición.

De la 'Ciudad Perdida' no se tiene registro claro, ni de la cultura a la que pertenecería, debido a que su posible existencia se desprende de una leyenda que habla de una tribu integrada por hombres que llegaron de "donde el sol se pone" a la costa de Bahía de Caráquez, quienes antes de internarse por el estuario del río Chone fundaron una ciudad que luego fue devastada por un cataclismo.

Habitantes e historiadores locales conocen al asentamiento prehispánico como la Ciudad de los Caras. Y se especula que su ubicación sería los Bajos de Santa Martha tras avistamientos de pescadores, quienes contaron a Patricio Tamariz, en 1978, que en el lecho marino se observaron rocas rectangulares y entre las redes de pesca quedaron atrapados vestigios arqueológicos.

La creencia se sustenta, además, en aseveraciones planteadas en sus libros por historiadores. Entre la documentación se incluye la publicación Historia del Reino de Quito en América Meridional, en el que el historiador Juan de Velasco relató en 1789 sobre la existencia de la nación Cara, que con veleros llegó a Bahía Caráquez liderado por un rey llamado Scyri, que significaría Señor de todos.

Pero lo señalado fue refutado por Emilio Estrada Icaza (1916-1961) en su libro Arqueología de Manabí Central, publicado en 1962 y en el que se señala que “al cabo de una rápida exploración en los Bajos de Santa Marta, no llegaron a ninguna prueba para sostener la leyenda de los restos de una antigua ciudad enterrada bajo las aguas”.

Estos antecedentes más el video de 1997 motivó la presencia de los científicos estadounidenses Reinhard y Seliger. (Patricio, 2009). Rodríguez, biólogo de la Universidad Católica de Quito, resaltó dos cosas: la importancia ecológica del lugar como una zona de amortiguamiento y el aprendizaje de los científicos.

“Además de extraer las piezas de roca para los estudios, encontramos fósiles como el colmillo de un megalodón, un tiburón extinto que medía unos 30 metros de largo”, explica.

Este hallazgo fosilizado es un indicio para determinar que en un tiempo los Bajos de Santa Martha estuvo sobre el nivel del mar, pues –según Rodríguez– para fosilizarse debe estar un periodo fuera del agua.

No obstante, Reinhard, quien tiene experiencia de sumersiones en el Lago Titicaca (Perú), es concluyente. Después de la expedición, en un correo electrónico, asevera que las formas rectangulares de las rocas “se trata de formaciones naturales extraordinarias”. Y resalta la relación entre la leyenda, que es parte de la tradición oral de un pueblo, y la realidad.

Pero la introspección marina permitió valorar el aspecto ecológico de la zona y su importancia turística, por lo que Patricio Tamariz señala que se buscará declarar a la zona como reserva marina para preservar el área y formar itinerarios de buceo turístico.

Chancay, luego de conocer las conclusiones científicas, coincide que se debe enlazar al sitio como reserva marina, leyenda y atractivo turístico.

Bahía de Caráquez se remueve y todos los pobladores empiezan hablar de la “CIUDAD PERDIDA”. La última vez que esto aconteció fue hace mas o menos cuatro meses, cuando el Señor Johan Reinhard, experto de la National Geographic Society, llegó a la ciudad Bahía de Caráquez para arrancar una expedición junto a otros expertos en el tema para así lograr avances en las investigaciones sobre formaciones subacuáticas en los bajos de Santa Martha, 5 kilómetros mar afuera frente a las costas de la ciudad de Bahía de Caráquez.

Patricio Tamariz, ex funcionario turístico e investigador aficionado, quien tiene conocimiento durante 20 años de descubrir el misterio de la ciudad perdida, el busca demostrar y consolidar los testimonios que dejó el Padre Juan de Velasco, quien recopiló información sobre la tradición de indígenas y pescadores. Conjuntamente con los pescadores y las personas que tenían conocimiento sobre dicho tema, estudiaron que frente a las costas de Bahía de Caráquez existía una posible ciudad perdida.

Hace más o menos unos 31 años, Patricio Tamariz experimentó su primera gran sorpresa al observar, en marea baja y en un día de aguas transparentes, alineaciones rocosas de las que dialogaban los pescadores de la zona, fue ahí donde la ansiedad de Patricio Tamariz se agrandó y fortaleció cuando hace muchos años atrás, uno de tantos pescadores le expuso una pieza de cerámica que se enredó en la red del pescador mientras pescaba en el lugar que Patricio Tamariz tuvo su experiencia.

La declaración de que frente a Bahía de Caráquez se localizan ruinas arqueológicas que se presume que pudieron estar en tierra firme hace unos 500 años atrás, es así que esta ha ido tomando escritura pero hasta hoy nadie consigue decir con exactitud si se presenta de formaciones naturales o se trata de una antigua ciudad sumergida por algún cataclismo bajo las aguas de la zona costera de Bahía de Caráquez- Manabí.

1.1.4. Actividades que ofrece Bahía de Caráquez

- Eco City tour: paseo organizado en triciclos por los lugares mas Representativos de Bahía.

- Paseo en canoa, observación de aves, colonia de fragatas, caminata por la Isla Corazón.
- Tour de pesca deportiva o artesanal.
- Tour a las islas cercanas para disfrutar del sol y la playa.
- Tour de bicicleta por rutas ecológicas y city Tour.
- Tour de kayak por los bosques de manglar o cuevas marinas.
- Clases de surf.
- Vuelo en Parapente.
- Cabalgata por el bosque o playa.
- Caminatas al bosque seco y admirar la maravillosa flora y fauna.

1.1.5. Atractivos Turísticos:

1.1.5.1. Playa de Canoa

"Epicentro de naturaleza y diversión". La playa de Canoa es un paraíso de 17 kilómetros de tranquilidad, naturaleza y diversión en la provincia de Manabí, cerca de la ciudad de Bahía de Caráquez y de San Vicente.

1.1.5.2. Playa de San Vicente

El tranquilo pueblo pesquero de San Vicente es otro sereno y tranquilo tramo de playa en la provincia de Manabí, en la región costa de Ecuador. Cruzando a la otra orilla de Bahía de Caráquez.

1.1.5.3. Isla Corazón y Fragatas

"Manglares y Aves marinas " Es una isla formada por manglares que guarda una gran avifauna en su interior, refugio de la colonia más grande de fragatas, cuenta con un sendero elevado sobre manglares, es un lugar ideal para disfrutar de la naturaleza y experimentar emocionantes actividades.

1.1.5.4. Arco del Amor

El arco del amor es el principal icono turístico de Jama, es una formación rocosa formada en la playa de tasaste a la parte norte del cantón, es un balneario que está situado en la vía jama – pedernales.

1.1.5.5. Playa de San Clemente

Es una hermosa playa ubicada a 40 minutos de Bahía de Caráquez, lugar con un encanto natural, donde el visitante puede oír el murmullo del mar, rodeado de la singular belleza de sus palmeras tropicales. (Cristhian, 2015)

1.2. Plan Estratégico de Marketing Turístico

En el marketing habitual ha tocado fondo para así poder tener hoy éxito empresarial, el marketing necesita crear ventajas claras para los clientes, es beneficioso saber claramente quienes son los clientes y hacer que ellos se sientan satisfecho del servicio que se le está brindando.

Toda Institución diseña métodos estratégicos para así poder obtener el logro de sus objetivos y metas planteadas .Estos métodos estratégicos pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la extensión y magnitud de la institución.

Es importante señalar que la institución debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va a regir en la institución, la misión es esencial, ya que esta representa las funciones operativas que se ejecutara en el mercado y suministrar a los consumidores. (Kotler, Marketing Turistico, 2008)

El plan de marketing es una herramienta indispensable de gestión por la que se la establece paso a paso, la metodología y tiempo para alcanzar un objetivo determinado.

En Marketing, cualquier gestión que se establezca y se realice sin una previa organización provee al menos una problemática que se asemeja al fracaso o amplio desperdicio de los recursos que se utilizaron en otras palabras las malas decisiones que se realicen mantendrán varias reacciones negativas.

1.2.1. Actividad Turística

La naturaleza de la movimiento turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes elementos que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. En la actividad turística se diferencian cuatro elementos básicos e indispensables que son:

✓ **La oferta:**

Conformada por el conjunto de servicios y organizaciones implicadas activamente en la práctica turística.

✓ **La demanda:**

Constituida por el conjunto de consumidores o presuntos consumidores de bienes y servicios al sector turísticos.

✓ **El espacio geográfico:**

Base física donde tiene lugar la unión entre la oferta y la demanda y en la que se asienta la población ciudadana, esta no es en sí misma un mecanismo turístico, si no que se la considera un importante factor de conexión o división, según se la haya tenido en cuenta o no, al momento de realizar una planificación de actividades turísticas.

✓ **Los operadores del mercado:**

Son aquellas instituciones y/o organizaciones cuya función principal es proveer la interrelación entre la oferta y la demanda. En esta consideración se destacan:

- ✓ Las agencias de viajes
- ✓ Las compañías de transporte habitual
- ✓ Organismos públicos y privados, la cual son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

La actividad turística en nuestro país comprende el desplazamiento del territorio habitual de domicilio, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el agrado y regocijo de un destino turístico acogedor. Por otro lado esta actividad involucra el uso y convenio de medios de:

- ✓ Transporte
- ✓ Alojamiento, entre otros.

En este sentido, el beneficio turístico está compuesto por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes turísticos para su dispendio directo, es muy importante recalcar que los mismos deben estar regidos a la satisfacción y complacencia de los deseos y las expectativas de los visitantes turísticos. (Rodríguez, 2010)

En nuestro país, el sector turístico es una de las mayores actividades de desarrollo de la economía, es por ello, que se solicita de profesionales especialistas en las técnicas de promoción turística al país, ya sea en el ámbito público como en el ámbito privado. Los planes de marketing son una herramienta indispensable para la promoción y venta de los lugares, productos y servicios turísticos, los cuales han intervenido de forma positiva en el ámbito económico del país Ecuatoriano.

El proceso de la industria turística de nuestro país ha alcanzado una gran magnitud en los últimos cincuenta años, que se ha desarrollado de forma importante en la economía de nuestro país.

Los servicios y productos turísticos analizan y describen los elementos que diversifican los productos y servicios turísticos de otros. En la parte inicial se trabaja en el papel del marketing en el ámbito turístico y se constituyen los aspectos diferenciales de los servicios turísticos que intervienen en las disposiciones comerciales que se deben tomar en este campo, iniciando de la conceptualización y descripción del turismo.

Los planes de marketing tienen como objetivo “vender un producto o destino turístico” y esto implica un trascurso de Inteligencia de Mercados, como la ilustración de las Estrategias de Marketing como son:

- ✓ Producto/ mercado
- ✓ Imagen
- ✓ Marca y posicionamiento

El Plan de Marketing Operativo es la mezcla óptima de:

- ✓ Acciones de comunicación,
- ✓ Promoción
- ✓ Imagen
- ✓ Comercialización

También se ayuda a nuestros clientes en un ámbito de creciente e importancia para el turismo y los sectores vinculados como el marketing on-line, en la definición de su estrategia de promoción y comercialización en la red, como en la ejecución y gestión de la misma. (Serra, 2010)

Los progresivos niveles de capacidad en el sector turístico, que hacen imprescindible profundizar el conocimiento de los mercados y para implantar mayor grado de profesionalización en la comercialización de los servicios turísticos del Ecuador.

1.3. Concepto, importancia y Estrategias de Marketing Turístico

Hay que tener muy en cuenta y estar verdaderamente claros en lo que se quiere hacer para así poder tener un fin turístico que se lo lograría llamar clientes, partiendo de esto se debe de proceder de la principal manera para no solo atraer a los clientes que visiten la ciudad y sus Patrimonios Culturales, para que estos recomienden este destino sin olvidar que la mejor expansión de un servicio son las experiencias relatadas. Si brindan un servicio excelente los turistas que visitan los patrimonios culturales de Bahía de Caráquez, quedarán encantados y seguramente van a replicar sus buenas experiencias a sus ciudades o países. (Peñarieta, 2013)

Entonces los amigos y familiares que escuchan como el turista se expresó de este servicio seguramente van a querer notar y así se benefician los que están inmiscuidos en esta ciudad patrimonial. Se conoce que el cliente siempre tiene la razón y que la mejor opción es fidelizar al turista con un servicio de calidad.

1.4. Marketing Turístico

El marketing turístico es el más especializado en las áreas y empresas en el negocio del turismo. A partir de hermosas playas y centros comerciales, esta se encarga en volver atractivos turísticos barrios áreas diseñados en esa índole.

Cabe descartar que el marketing turístico no sea el mismo que al de destino. El de destino se especializa al empleo de innegables estrategias para las comercializaciones de sitios turísticos, como playa y montañas.

Por otro lado, el marketing turístico utiliza métodos y estrategias para publicitar no solo sitios turísticos, sino también hoteles, gastronomías y patrimonios culturales. Para ello se manejan una gama de estrategias propia del marketing de productos. Esta se encomienda plenamente en el movimiento de toda área recreativa que beneficie al ámbito turístico. (Rousslin, 2015)

Entre las estrategias se encuentra el uso de temas que se vuelve clave a la hora de buscar un sitio turístico. El marketing es también clave a la hora de vender los sitios turísticos. A la hora de hacer una promoción de algún sitio

turístico en un lugar, continuando con las combinaciones entre marketing y turismo, se debe de crear de manera interactiva y llamativa la estructura donde se mostrara el punto o sitio que se desea publicitar.

Para crear fuertes métodos y estrategias de mercado en el área turismo, es necesario saber cuáles son la directriz dentro del mercado. Estas dependen de las ansiosas necesidades que puede tener el cliente, que son vitales a la hora de generar una nueva forma de encantar a los clientes potenciales.

El marketing turístico es la clave para poder hacerse conocer dentro del ámbito de viajes de placer. Pese hacer las misma estrategias de marketing en común con la de destinos, esta se expanden a la hotelería y sitios que se beneficie a la zonas del país.

1.5. Atractivos Turísticos

Cada lugar turístico de visitar en una ciudad tiene una:

- ✓ Historia
- ✓ Raíces
- ✓ características peculiares que hay que saber comunicar a través de la web turística.

Por ello, con esto lo que se pretende es tomar lugares importantes de la ciudad para que así sirva de referencias a otras ciudades.

Cualquier mecanismo municipal que tenga baso sus procedimientos promocionar su ciudad turística, debe implementar estas cinco claves muy importantes:

- ✓ Establecer la conciencia de la marca y sus aspectos con un excelente trabajo de branding.

- ✓ Crear interés hacia la ciudad turística mediante el influjo de marca en el target que deseen promocionar la ciudad patrimonial. Los primero tendrán que ser los residentes y vecinos.

- ✓ Poco a poco construir compromiso con el residente, viajero y turista para que considere dicha marca.

- ✓ El momento idóneo es el deseo de viajar asía el destino que quieras llegar, porque la ciudad mediante su marca está posicionada en la mente del turista. (Jost6, Krippendorf. Marketing Et tourisme, Berna 1991)

La excelente marca de la ciudad turística se perfecciona cuando la estancia ha generado una experiencia positiva que se genera en lealtad y opinión. Emprende la suma de fans que recomiendan nuestros destinos turísticos.

1.6. Importancia de la Actividad Turística

El turismo hoy en día es una de las actividades económicas y culturales más importantes con las que puede contar un país o una región. Se entiende por turismo a todas aquellas actividades que tengan que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente. El turismo puede mostrar muchas variantes ya que existen diferentes tipos de turismo:

- ✓ cultural
- ✓ de aventura
- ✓ de entretenimiento
- ✓ de relajación

De la misma manera, también existen personas que realizan varios tipos de turismo como son:

- ✓ turismo de jóvenes
- ✓ de familias
- ✓ de la tercera edad
- ✓ de parejas
- ✓ de amigos

Independientemente de las posibles variantes que posea del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares principales. El principal es el que tiene que ver con el movimiento y la reactivación económica que forja en Bahía de Caraquez. Así, todos los países y regiones del país cuentan con un turismo con una buena actividad económica que genere:

- ✓ Empleos

- ✓ Obras de infraestructura
- ✓ Establecimientos gastronómicos y hoteleros
- ✓ Crecimiento de todo tipo de transportes. (Russanov, 2014)

La Organización Mundial del Turismo (O.M.T), hoy en día, el volumen de este negocio es igual al de las exportaciones de petróleo, productos de alimentación o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales ejes del comercio nacional e internacional, y representa una de las mayores fuentes de ingresos económicos para muchos países en desarrollo.

1.7. El Turismo y sus Actividades Económicas

Durante los últimos tiempos el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, consolidándose como un sector económico de mayor envergadura y crecimiento, por lo que esta es una actividad económica importante para la mayor parte de países del mundo porque esta abarca una amplia gama de productos, servicios y actividades.

Por lo tanto, han nacido nuevos destinos turísticos que se han invertido en su desarrollo, en los cuales se destacan el turismo moderno que se ha convertido en un elemento clave del progreso socioeconómico mediante ingresos por exportaciones, creación de empresas, reproducción de empleo y cumplimiento de infraestructuras. (Salazar, 2013)

Es de conocimiento de todos que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de nuestro país. El turismo no solo impacta al propio sector económico, sino que influye vigorosamente en los

resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de los habitantes y atractivos Turísticos de la Ciudad de Bahía de Caraquez y su conservación Patrimonial de dicha Ciudad.

1.8. El Turismo como fuente de Ingresos Económicos

Ecuador dejó muy en claro el 7 de marzo, en el marco de la ITB de Berlín, que busca mejorar su turismo de la mano de grandes inversiones para atraer un 15 por ciento más de turistas y poder así entrar en la prestigiosa lista de las mayores potencias turísticas del mundo. Durante la conferencia se aclaró que su país lanzará una campaña de promoción 'All you need is Ecuador' que en español quiere decir: (todo lo que necesitas es a Ecuador) con la que se espera lograr que el turismo sea la mayor tercera fuente de ingresos al finalizar el 2014. Ecuador recibió en 2013 una creciente visita de más o menos 1,670 millones de turistas en el Ecuador. Sobre ese número se espera aumentar el 15 por ciento. Al mismo tiempo, 250 000 nos visitan desde Estados Unidos, Brasil que tiene 200 millones de habitantes nos visitaron alrededor de 19 000 turistas brasileños. Latinoamérica creció en 2013 un 7 por ciento.

Ecuador fue el tercer país que más crecimiento ha tenido en visitas turísticas. Aunque Colombia y Perú han superado el porcentaje Ecuatoriano, el resto de los países latinoamericanos tuvo un bajo porcentaje.

Dentro de la campaña para así aumentar el turismo en el país, el gobierno Ecuatoriano aumentará su presupuesto anual para turismo de 40 millones de dólares en 2013 a 660 millones durante los próximos cuatro años. (Andes, 2015)

En el 2012 los créditos ascendieron a 766,8 millones de dólares, precisó el Ministerio basado en un reporte del Banco Central. Colombia continuó liderando en 2014 la lista de países con mayor número de visitas a Ecuador sobre un total de 1.366.267 turistas. Le siguieron Estados Unidos y Perú, una tendencia que se mantuvo en el primer bimestre de 2014 cuando se registró un aumento del 29,3% en el número de turistas colombianos, 14,2% en el arribo de estadounidenses y 12,5% de peruanos. (Ver figura numero 1)

CAPÍTULO II

2. Diagnóstico del estudio de campo con sus respectivos resultados

Con la presente investigación se efectuó un estudio estadístico de campo en diferentes fuentes de información en la que se encuentran servidores turísticos de Bahía de Caráquez Ciudad Patrimonial y turistas que visitan dicha ciudad.

2.1. Población

La población para la actual investigación la compone todos los habitantes de Bahía de Caráquez Ciudad Patrimonial, la cual da un total de 480 personas.

2.2. Muestra

La muestra para llevar a cabo la investigación es la siguiente:

- ✓ 67 ciudadanos de los servidores turísticos de la ciudad patrimonial.

2.1. Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los servidores turísticos de Bahía de Caráquez Ciudad Patrimonial, así como a la población.

Pregunta # 1

1.- ¿Conoce usted donde están ubicados los lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez?

Como se puede apreciar existe un 55 % de las personas, que afirman saber dónde están ubicados los lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez. Por otra parte tenemos un 45 % de personas, que no tienen conocimiento de cuáles son los lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez y donde se encuentran ubicados. (Ver anexo 2, cuadro numero 1)

2.- ¿Cree usted que a Bahía de Caráquez le hace falta un monumento en la cual destaque que es una Ciudad Patrimonial?

Como se puede apreciar existe un 100 % de las personas, que creen que a Bahía de Caráquez le hace falta un monumento en la que destaque que es una Ciudad Patrimonial. Por otra parte tenemos un 0 % de las personas, que no creen que a Bahía de Caráquez le haga falta un monumento en la cual destaque que es Ciudad Patrimonial. (Ver anexo 2, cuadro numero 2)

3.- ¿Cree usted que nos beneficiaría que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sucre nos promocionaría como ciudad patrimonial para atraer el turismo?

Como se puede apreciar existe un 85 % de personas, que aseguran que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sucre nos beneficiaría con promocionar nuestra ciudad patrimonial. Por otra parte tenemos un 15 % de las personas, que no creen que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sucre beneficiaría promocionar nuestra ciudad patrimonial. (Ver anexo 2, cuadro numero 3)

4.- ¿Cree usted que sería favorable que en su Institución Educativa se brinde una charla o seminario sobre nuestra ciudad patrimonial de Bahía de Caraquez?

Como se puede apreciar existe un 60 % de personas, que creen que si es favorable que en su Institución Educativa se brinde una charla o seminario sobre nuestra ciudad patrimonial. Por otra parte tenemos un 40 % de las personas, creen que no es favorable que en su Institución Educativa se brinde una charla o seminario sobre nuestra ciudad patrimonial. (Ver anexo 2, cuadro numero 4)

5.- ¿Cree usted que todas las casas patrimoniales de Bahía de Caraquez debería tener un distintivo que se las reconozca como tal?

Como se puede apreciar existe un 100 % de las personas, que creen que si es necesario que en todas las casas que son patrimoniales tengan un distintivo para así poderlas reconocer como patrimonial. (Ver anexo 2, cuadro numero 5)

6.- ¿Cree usted que en los planteles educativos deberían implementar por lo menos una vez al mes, visitas a cada lugar patrimonial de la ciudad de Bahía de Caraquez?

Como se puede apreciar existe un 82 % de personas, que creen que si se debería implementar visitas a los lugares patrimoniales de la ciudad de Bahía

de Caráquez. Por otra parte tenemos un 18 % de personas, creen que no se debería implementar visitas a los lugares patrimoniales de la ciudad de Bahía de Caráquez. (Ver anexo 2, cuadro numero 6)

7.- ¿Usted cree que debería existir un departamento y/o oficina con su respectivo guía turístico en la que solo se brinde información de los lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez?

Como se puede apreciar existe un 95% de personas, que creen que si es bueno que exista un departamento con su respectivo guía turístico para que brinden información sobre nuestra ciudad patrimonial. Por otra parte tenemos un 5 % de personas, creen que no es favorable que exista un departamento con su guía turística en la que brinden información sobre nuestra ciudad patrimonial. (Ver anexo 2, cuadro numero 7)

8.- ¿Cree usted que a los turistas les interesarían saber o conocer sobre nuestra ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez?

Como se puede apreciar existe un 80 % de personas, que creen que a los turistas si les interesaría saber o conocer sobre nuestra ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez. Por otra parte tenemos un 20 % de las personas, creen que a los turistas no les interesarían saber o conocer sobre nuestra ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez. (Ver anexo 2, cuadro numero 8)

9.- ¿Cree usted que en los tiempos de feriados sería bueno repartir volantes a los turistas para así promocionar nuestra ciudad patrimonial y así puedan visitar dichos lugares?

Como se puede apreciar existe un 90 % de los servidores turísticos, que creen que si se debería repartir volantes los días de feriados para que así los turistas visiten nuestros lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez. Por otra parte tenemos un 10 % de los servidores turísticos, creen que no se debería repartir volantes los días de feriados para que así los turistas visiten nuestros lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez. (Ver anexo 2, cuadro numero 9)

10.- ¿Cree usted que todos los habitantes del cantón Sucre tienen conocimiento que Bahía de Caráquez es una ciudad patrimonial?

Como se puede apreciar existe un 85 % de las personas, que creen que los habitantes del cantón Sucre si tienen conocimiento de que Bahía de Caraquez es una ciudad patrimonial. Por otra parte tenemos un 15 % de personas, creen que los habitantes del cantón Sucre no tienen conocimiento de que Bahía de Caraquez es una ciudad patrimonial. (Ver anexo 2, cuadro numero 10)

CAPITULO III

3. Tema

Plan de marketing turístico para promocionar la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez, Cantón Sucre, periodo 2014.

3.1. Antecedentes

Tras un estudio de cuatro meses, la Ciudad de Bahía de Caráquez fue declarada por el Ministerios de Cultura y de Patrimonio como la vigésima séptima ciudad patrimonial del Ecuador.

La aceptación a esta categoría se lo hizo hace dos años atrás y recién el 21 de marzo del 2013 se confirmó que la propuesta fue aceptada por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (I.N.P.C).

La ciudad llamada “Sin copia” es la cuarta a nivel de la costa Ecuatoriana en ser declarada patrimonio cultural, después de la ciudad de Guayaquil, Anconcito y Montecristi.

Bahía de Caraquez fue fundada con el nombre de Villa de San Antonio de la Bahía de Caráquez, llamada también “Los Caras” durante la etapa de la

conquista Española, esta fue la ruta principal de llegada de expediciones españolas para la conquista de los actuales territorios Ecuatorianos.

El suceso de reconocimiento público de la declaratoria Patrimonial en Bahía de Caráquez se realizó el domingo 3 de noviembre del 2013 en el marco de las celebraciones locales, contó con la presencia del Ministro de Cultura y Patrimonio el Señor Francisco Velasco.

Bahía de Caráquez es un excelente lugar turístico, y la delincuencia es mínima. Bahía, es una de las playas más exclusivas del Ecuador. Muchos turistas, especialmente de la ciudad capital, Quito, va a disfrutar sus vacaciones en dicha ciudad. En los comienzos de la etapa colonial fue la ciudad sede gubernamental y administrativa de la Tenencia de Caráquez.

Actualmente, Bahía de Caráquez, se ha convertido en un hermoso puerto de veleros internacionales que buscan seguridad, tranquilidad y facilidades turísticas, han encontrado en esta ciudad un punto ideal para el regocijo y el descanso, por tener aguas tranquilas es ideal para la práctica de todo deporte acuático. También, es una ciudad que cuenta con hermosas playas cercanas como Canoa, Briceño y la Bellaca, que son muy visitadas por los amantes al surf. (Sucre G. , 2013)

El alcalde del Cantón Sucre, dijo que para la ciudad de Bahía de Caráquez es un gran honor y privilegio haber podido alcanzado esta categoría de patrimonio cultural, aunque este gran logro Bahía de Caraquez se lo merecía desde hace mucho tiempo atrás, por sus costumbres, ideologías y por su rica historia.

Actualmente existe un proyecto en el Banco del Estado de la Casa Americana donde épocas atrás funcionó el consulado de Estados Unidos de América y en donde también era la estación del ferrocarril. Entre los proyectos que tiene la Ciudad de Bahía de Caraquez luego aparecerá un proceso de restauración de:

- ✓ La avenida malecón
- ✓ La integración del barrio La Cruz, María Auxiliadora, San Roque, Marianita de Jesús y El Astillero, zona en donde anteriormente se fabricaban barcos.

En 1999 la ciudad de Bahía de Caráquez fue declarada ECOCIUDAD, desde entonces se han desarrollado significativos proyectos con la naturaleza de Bahía de Caraquez como:

- ✓ El Bosque en medio de las ruinas con una pequeña reserva de vegetación de bosque seco tropical en donde se mantienen las ruinas que dejó el Fenómeno de El Niño en 1998.
- ✓ La separación de basuras orgánicas e inorgánicas, en los hogares de la ciudad de Bahía de Caraquez y de la Parroquia de Leónidas Plaza,
- ✓ La reforestación de los manglares y bosques secos,
- ✓ El reciclaje de papel,
- ✓ Las taxis ecológicas forman parte de la ruta ambiental de nuestra Ecociudad Bahía de Caráquez ciudad patrimonial.

3.3. Justificación

El presente trabajo se justifica por la falta de un plan de marketing turístico para poder promocionar la ciudad Patrimonial de Bahía de Caráquez, la ciudad se ha potencializado en sus ámbitos turísticos, de eventos, sol y playa, pero no se está fortaleciendo en el ámbito cultural, en especial para ofertar el patrimonio por el cual fue su declaración.

El mundo actual del turismo es uno de los sectores de la economía mundial que experimenta un mayor crecimiento y como factor de desarrollo económico constituye en la actualidad un tema de vital importancia dentro de la economía. Las tendencias turísticas mundiales demuestran que los ingresos por turismo internacional, como lo son los ingresos generados los últimos años transcurridos desde 1990 a la actualidad se han incrementado en forma sustancial, ya que se tiene un promedio de un crecimiento medio anual del 6.39%. (Beaufond, 2007)

Bahía de Caráquez ubicado en el centro norte de la Provincia de Manabí, playas con arenas blancas silicosas, suelos aluviales y montañas arcillosas, que han proporcionado desde tiempos inmemoriales las materias primas de la fina alfarería, de los tratamientos delicados de la piel, del control de enfermedades y del conjunto de recursos naturales que facilitan la vida cotidiana del hombre antiguo que vivió en esas zonas conocido como "Japotó".

Esta zona mantiene una diversidad de eco-sistemas:

- ✓ Bosques montanos espinosos
- ✓ Manglares
- ✓ Ríos
- ✓ Humedales
- ✓ Mar.

Su vegetación es la característica del bosque espinoso. Es el paraíso del Ceibo, es la madre de especies madereras como:

- ✓ Algarrobo
- ✓ Guayacán
- ✓ Moral
- ✓ Caraca
- ✓ Sebastián
- ✓ Cascol
- ✓ Palo santo y muchos más.

Sus flores son perfumadas y exquisitas como son:

- ✓ Suche
- ✓ Tulipán
- ✓ Laurel
- ✓ Casuarina
- ✓ Bugambilla, etc.

Decenas de pájaros multicolores nos invitan a soñar y a descubrir su música, su vuelo y a luchar por garantizar un ambiente que les asegure un futuro. (Arrillaga, 1955)

Tierra de gente trabajadora y hospitalaria, sus playas, sus coloridos paisajes, su Gastronomía invitan a regocijarse de momentos estupendos junto a sus familiares y amigos. Es ideal para vacaciones familiares. Sus playas son amplias y espectaculares con un complemento especial, muy buena infraestructura de servicios que garantiza una excelente estadía. En especial Bahía de Caraquez cuenta con una gran historia ancestral y evidencia de ello tenemos cada uno de los lugares patrimoniales que cuenta con sus historias, mitos y leyendas en nuestra ciudad.

Las acciones de marketing en Bahía de Caráquez son muy escasas, debido a la falta de iniciativa tanto del área pública como privada. En todos los sectores debería existir un área y/o departamento de información turística que cuente con un personal capacitado para dar a conocer los atractivos turísticos que posee nuestra ciudad, todo esto, con la finalidad de que la ciudad de Bahía de Caráquez sea un atractivo turístico, y que los viajeros se lleven la satisfacción de haber disfrutado su estadía y el agradable conocimiento de conocer la historia de la ciudad patrimonial.

3.4. Objetivo

3.4.1. Objetivo General

- ✓ Plan de marketing turístico para promocionar la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez, Cantón sucre, periodo 2014.

3.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Elaborar una propuesta para mejorar la reactivación del atractivo patrimonial de Bahía de Caráquez, a partir del rediseño del marketing específicamente en la estrategia promocional para complementar el número de turistas.
- ✓ Fortalecer al turismo como una alternativa de desarrollo que permita el fortalecimiento del movimiento turístico en la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez
- ✓ Generar interés patrimonial hacia los habitantes de la ciudad de Bahía de Caraquez, mediante la influencia de marca en el target que quieran promocionar la ciudad.

3.5. Estudios Técnicos:

3.5.1. Localización

Bahía de Caráquez está ubicada en el centro de la costa Ecuatoriana, provincia de Manabí, en la desembocadura del río Chone. Cuenta con una extraordinaria variedad escénica en donde se encuentran ecosistemas como el bosque seco tropical, manglares, y una asombrosa vida marina. Rodeada de una fantástica naturaleza que enlaza con la belleza arquitectónica de su ciudad patrimonial, lo cual le da un toque mágico.(ver figura numero 2)

- Región: Costa
- Provincia: Manabí
- Latitud: 0° 36' 0" S
- Longitud: 80° 25' 0" W
- Clima: 24° C a 27° C
- Población: 20.000 (estimación 2008)
- Fundación: 2 de Marzo de 1534
- Código postal: EC131401
- Prefijo telefónico: 593 5
- Moneda: Dólar Americano
- Idioma predominante: Español
- Aeropuerto:-
- Distancia a Guayaquil: 210 km. aprox.
- Distancia a Quito: 546 km. aprox.

3.5.2. Ubicación Geográfica de la Ciudad Patrimonial.



3.6. Promoción de una Ciudad.

- Importancia de la promoción de una ciudad
- conciencia de la marca
- marca en el target que quieran promocionar la ciudad
- compromiso con el residente, viajero y turista
- Empresas que generan turismo en las ciudades
- El turismo y la promoción cultural
- Radial, web, digital

3.7. Diagnostico.

Se realizó la valoración de cada uno de los lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez, conjuntamente con las fichas de las personas encuestadas, con esto se deduce que efectivamente se necesita promocionar la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez no solo a los turistas sino también a la población que conforman la ciudad, ya que se deduce que los habitantes tienen un bajo conocimiento de nuestros lugares patrimoniales.

3.8. Metas

TAREAS	METAS
<ul style="list-style-type: none"> Investigación y levantamiento de datos de los lugares patrimoniales de Bahía de Caraquez. 	<ul style="list-style-type: none"> Información completa y exacta de los lugares patrimoniales. Identificar cada una de los lugares patrimoniales.
<ul style="list-style-type: none"> Realizar talleres para brindar conocimiento sobre el patrimonio cultural que posee Bahía de Caraquez. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar capacitaciones en Escuelas y Colegios Brindar charlas de conocimientos en lugares barriales.
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar actividades con el fin de promocionar nuestra Ciudad Patrimonial. 	<ul style="list-style-type: none"> Sketches y Afiches publicitarios en lugares provinciales y nacionales Propagandas publicitarias en canales televisivos, radiales y la web.
<ul style="list-style-type: none"> Seguimientos de Actividades de la Ciudad patrimonial de Bahía de Caraquez. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar una valoración anual de las visitas de los turistas que le realizan a los lugares patrimoniales. Realizar seguimientos de cuan interesados se muestran los habitantes de Bahía de Caraquez Ciudad patrimonial.

3.9. Plan de marketing estratégico para promocionar la ciudad patrimonial.

3.9.1. Estrategias de campañas de concienciación visual y stikers

Estrategia	Objetivo	Acción	Control	Costos	Logros	Responsable
Concienciar a toda la población de la ciudad de Bahía de Caráquez que sean participes en el cambio turístico respecto a la ciudad patrimonial.	Elaborar trípticos con la información pertinente dando a conocer a la población sobre la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez.	Diseñar trípticos semanal que puedan informar a la población de la ciudad patrimonial.	Entrega semanal de trípticos para distribuirlos en toda la ciudad de Bahía de Caráquez.	\$ 1,250.00	Hacer conciencia entre los ciudadanos del cambio que se va a dar a la ciudad con fines turísticos y la mejora de la calidad de vida	Autor de la tesis
Diseño de stikers promocionales de la Ciudad Patrimonial.	Desarrollar actividades con el fin de promocionar nuestra ciudad patrimonial.	Extender la concienciación de la población obteniendo el stikers publicitario.	Reuniones constantes con la ciudadanía de Bahía de Caráquez para medir el nivel de satisfacción	\$ 2,100.00	Realizar mediciones en la población para conocer el nivel de aceptación de las estrategias planteadas	Autora de la tesis

3.9.2. Estrategias para medios de comunicación

Estrategia	Objetivo	Acción	Control	Costos	Logros	Responsable
Realizar una promoción radial como campaña para optimizar el interés de la población asía la ciudad patrimonial	Colectivizar a la población sobre el interés de la ciudad patrimonial con publicidad en las diferentes radios locales	Realizar publicidad por medio radial en las emisoras de Bahía de Caráquez, LVC, FB, La voz de los Caras.	Numero de spots que saldrán en las radios, como mínimo entre 2 y 3 veces por día por 8 meses.	\$ 4,000.00	Con la promoción radial se pretende llegar a la población entera de Bahía de Caráquez	Autor de la tesis
Realizar una promoción televisiva como campaña para optimizar el interés de la población asía la ciudad patrimonial	Colectivizar a la población sobre el interés de la ciudad patrimonial con publicidad en los diferentes canales televisivos	Realizar y/o gestionar publicidad por medio televisivo en los canales nacionales como: "OROMAR" "CANAL 7"	Numero de spots que saldrán en la TV, como mínimo entre 2 y 3 veces por día por 8 meses.	\$ 4,000.00	Con la promoción televisiva se pretende llegar a la población entera de Bahía de Caráquez y del país entero	Autor de la tesis

3.9.3. Estrategias de Gigantografías

Estrategia	Objetivo	Acción	Control	Costos	Logros	Responsable
Realizar de un presupuesto para la elaboración y ubicación de gigantografía de promoción a la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez	Ubicar información pertinente sobre los atractivos patrimoniales	Mantener relaciones de contacto visual que mejoren el criterio de la población hacia la gestión de la ciudad patrimonial	Diseñar un mapa estratégico donde se pueda ubicar de manera correcta las gigantografía informativa	\$ 500,00	Mantener informada a la población de Bahía de Caráquez y a los turistas	Autor de la tesis

3.9.4. Estrategias de Vinculación con las comunidades

Estrategia	Objetivo	Acción	Control	Costos	Logros	Responsable
Levantamiento de Información sobre la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez	Realizar encuestas a la ciudadanía para saber cual es el grado de conocimiento de los lugares patrimoniales que tiene Bahía de Caráquez	Conocimiento del nivel de interés de la ciudadanía asía los lugares patrimoniales	Identificar la población interesada para trabajar en conjunto	\$ 500,00	Que toda la ciudadanía de Bahía de Caráquez tenga un alto conocimiento sobre los lugares patrimoniales de la misma	Autor de la tesis
Integrar a los líderes y/o presidentes barriales de Bahía de Caráquez para que sean ejes de interés asía la población	Realizar reuniones continuas con los líderes y/o presidentes barriales para que estén informados sobre la ciudad patrimonial	Entregar a los diferentes líderes y/o presidentes barriales material de apoyo para la respectiva promoción de la ciudad patrimonial	Verificar semanalmente con los lideres y/o presidentes barriales como va el grado de interés de la población asía la ciudad patrimonial	\$ 500,00	Que toda la ciudadanía de Bahía de Caráquez sea participe del turismo en la ciudad patrimonial	Autor de la tesis y lideres y/o presidentes barriales

3.9.2. Imagen corporativa

Estrategia	Objetivo	Acción	Control	Costos	Logros	Responsable
Diseñar un eslogan que pueda generar un alcance significativo en la población y en turistas sobre la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez	Socializarlo conjuntamente con la población de Bahía de Caráquez la promoción de la con un eslogan que identifique a la ciudad patrimonial	Considerar las diversas opiniones sobre las palabras que llevara el eslogan para la promoción de la ciudad patrimonial	Frecuencia de salida del eslogan por medio de radio, prensa escrita, revistas de turismo, la web, etc.	\$ 1,500,00	Con la publicidad por medios radiales, televisivas la web, y stikers se aspira llegar a todo el país Ecuatoriano	Autor de la tesis
Cumplimiento de la planificación por parte del autor de la tesis y los involucrados	Realizar reuniones para gestionar conjuntamente con el GAD SUCRE	Envío de información obtenida al GAD SUCRE para trabajar en conjunto	Controlar que lo planificado se cumpla para que mejore el indicador de confianza entre los ciudadanos y el gobierno local		Mejorar el indicador de confianza entre los ciudadanos, el autor de la tesis y la nueva administración en el GAD SUCRE	Autor de la tesis y GAD SUCRE

3.10. Rubros de promoción de la Ciudad Patrimonial de Bahía de Caraquez.

FOLLETERÍA DE CIUDAD PATRIMONIAL			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TRÍPTICOS	5000	0,25	1,250,00
STIKERS	3000	0,70	2,100,00
CARPETAS	1000	0,40	400,00
PAPELOTES	400	0,50	200,00
CARPETAS CON PAPEL RECICLADO	300	2,85	855,00
BOLSAS DE TELA	1000	1,50	1,500,00
SEPARADORES DE LIBROS	1000	0,35	350,00
AGENDAS	200	7,00	1,400
VASOS	300	1,50	45,00
LLAVEROS	300	0,55	165,00
ESFEROS GRÁFICOS	500	0,75	375,00
REMA DE HOJAS	100	5,00	500,00
MARCADORES	200	1,00	200,00
		SUBTOTAL	9,340,00
		I.V.A.	1,120,80
		TOTAL	10,460,80

3.11. Actividades para promocionar La Ciudad Patrimonial de Bahía de Caráquez.

ACTIVIDADES POR REALIZAR CON EL FIN DE PROMOCIONAR LA CIUDAD PATRIMONIAL DE BAHIA DE CARAQUEZ.		
DETALLE	DURACIÓN	VALOR
LEVANTAMIENTO DE DATOS (ENCUESTAS)	3 SEMANAS	500,00
RECOPILAR INFORMACIÓN DE ENCUESTAS CONJUNTAMENTE CON LA ORGANIZACIÓN DE ELLAS.	2 SEMANA	200,00
GESTIONAR PARA ESPACIO PUBLICITARIO EN CANALES TELEVISIVOS	3 SEMANA	4000,00
ESLOGAN	1 MES	1500,00
PROPAGANDA PUBLICITARIA EN RADIOS LOCALES Y NACIONALES Y LA WED	8 MESES	4000,00
REPARTICIÓN DE TRÍPTICOS INFORMATIVOS EN LA LOCALIDAD	1 MESE	1,250,00
GIGANTOGRAFIA	1 MES	500,00
	SUBTOTAL	11,950,00
	I.V.A.	1,474,00
	TOTAL	13,384,00

3.12. Costo total de la propuesta

DETALLE	COSTO
FOLLETERÍA DE CIUDAD PATRIMONIAL	10,460,80
ACTIVIDADES POR REALIZAR CON EL FIN DE PROMOCIONAR LA CIUDAD PATRIMONIAL DE BAHIA DE CARAQUEZ.	13,384,00
TOTAL	23,844,80

3.13. Cronograma

DETALLE / SEMANA	1	2	3	4
Levantamiento de datos				
Recopilación de información				
Espacios publicitarios televisivos				
Paginas wed				
Propagandas publicitares radiales				
Repartición de trípticos				

3.14. Recursos a utilizarse en el Proyecto

En los recursos a utilizarse constarían con los siguientes:

- ✓ El talento humano de 5 personas
- ✓ El recurso material como pueden ser: carpetas, hojas, esferos gráficos, papelotes, entre otros.
- ✓ Una computadora ya sea de escritorio o laptop que cuente con servicio de internet.
- ✓ Recursos económicos.

3.15. Impacto de la Puesta

El impacto que va a tener este proyecto en los habitantes de la Ciudad de Bahía de Caráquez es atraer más el turismo para nuestra zona costera y así tanto los turistas como los habitantes de la ciudad se puedan enriquecer de conocimientos de nuestras historias, mitos y leyendas de nuestra Ciudad Patrimonial, y así la ciudad se beneficiara no solo en la parte turística más bien en todo sentido como la conciencia ambiental, en la parte cultural, social, económica, entre otros factores.

Inclusive congregando una cantidad considerable de los habitantes de la ciudad de Bahía de Caráquez y para que así las autoridades pertinentes se sentirán forzados a acceder a los petitorios que estos les formalicen como es:

- ✓ Seguridad
- ✓ Servicios básicos
- ✓ Vías seguras
- ✓ Educación eficaz
- ✓ Buenos anuncios publicitarios para así atraer el turismo a nuestra ciudad patrimonial.

3.16. Conclusiones y Recomendaciones

3.16.1 Conclusiones

- La elaboración del proyecto de “Plan de marketing turístico para promocionar la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez, Cantón sucre”, este es esencial e importante, para atraer el turismo tanto nacional como internacional y así promover el interés patrimonial y que el desarrollo del turismo crezca cada día más en la ciudad.
- Los habitantes de la Ciudad de Bahía de Caráquez, tienen que interesarse un poco más en la historia patrimonial que posee la ciudad, con el fin de que sean voceros hacia los turistas tanto nacionales como internacionales y así lograr que ellos se interesen no solo en los atractivos turísticos de la ciudad, sino también en nuestros patrimonios culturales.
- Es importante lograr el interés e involucramiento de parte de estudiantes no solo de escuelas y colegios sino también en las instituciones de nivel superior (universidades), tanto fiscales como particulares, para así

promocionar los patrimonios culturales que posee la ciudad de Bahía de Caráquez, ya sea dentro como fuera del país.

- La promoción Patrimonial de la ciudad beneficiara en el ámbito turístico y económico tanto a la ciudad de Bahía de Caráquez como a los servidores públicos. Para ello es indispensable que tanto la población Bahieña como los servidores públicos brinden la información turística de la ciudad patrimonial.
- Otra conclusión es que gracias a este proyecto de promoción patrimonial se hacen partícipes tanto la población de la ciudad como los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sucre, para así el turismo se interese no solo en las playas sino también en los lugares patrimoniales que posee la ciudad.

3.16.2. Recomendaciones

- Que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sucre (GADCS) se interese más en promocionar a Bahía de Caráquez como Ciudad Patrimonial, tanto en medios televisivos, radiales y en redes sociales y así se beneficie la población, los servidores públicos y se incremente el turismo en la ciudad.
- Que el Ministerio de Cultura y Patrimonio brinden más información del tema y que promuevan las visitas al “Museo Banco Central” de la ciudad de Bahía de Caráquez en las escuelas, colegios y personas particulares, para que así la población Bahieña conozca más sobre los tesoros arqueológicos que posee nuestra ciudad patrimonial.

- Se recomienda que una entidad pública del cantón Sucre se encomiende a elegir un grupo de personas en los días de feriados para que ellos se encarguen de brindar información y/o conocimientos a los turistas tanto nacionales como internacionales, sobre la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez.
- Se recomienda que en cada lugar patrimonial exista una placa de identificación en la cual refleje la historia de cada una de ellas. Así los turistas nacionales e internacionales puedan reconocer e identificar tanto dentro como fuera del país cada una de estas casas patrimoniales de la Ciudad de Bahía de Caráquez.
- Que se implementen charlas y/o talleres educativos en cada barrio y ciudadelas de Bahía de Caráquez, sobre la historia de la ciudad y lugares patrimoniales que posee la misma, para que así la población tenga total conocimiento de cada uno de los lugares patrimoniales de la ciudad y trasmitan sus conocimientos a sus familiares y a los turistas.

3.17. Bibliografía

- ◆ Alvarado, J. M. (2013). La imagología en la imagen publica.
- ◆ Ambrosio. (2000). Plan de marketing. Marketing moderno.
- ◆ Andes, P. L. (10 de 07 de 2015). *Los Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>
- ◆ Arrillaga, J. I. (1955). *Turismo Bahía de Caráquez*.
- ◆ Bargas, B. (2010). *Vías de transporte*. Obtenido de www.elrincondelososio.com
- ◆ Barrios, C. (2014). Desarrollo Local Sostenible.
- ◆ Beaufond, R. G. (2007). *UDO/EFT*.
- ◆ Caicedo C., L. A. (2007). Derecho Administrativo. . Caracas, Venezuela.: . Tema 10 y 18.11ª Edición.
- ◆ calidad, G. d. (02 de 20 de 2015). *sobre la calidad*. Obtenido de <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>
- ◆ Carlos, S. (2008). *HISTORIA DE BAHIA DE CARAQUEZ*.
- ◆ Censos, I. n. (15 de 12 de 2014). www.inec.ec.
- ◆ constituyente, A. (2008). Constitución de la república del Ecuador. *Constitucion 2008*, sección primera.
- ◆ corporativa, I. (12 de 01 de 2015). *importancia de la imagen corporativa*. Obtenido de <http://fusiontribal.wordpress.com/2008/02/29/%C2%BFpor-que-es-importante-la-imagen-corporativa-para-mi-empresa/>
- ◆ Cristhian, R. M. (2015). *Bahía de Caráquez*.

- ◆ Cruz Roche, I. (1994). *Fundamentos de Dirección de Marketing*. La Habana: EMPES.
- ◆ Diaz, J. (2001). *Desarrollo economico*.
- ◆ Empresa al dia. (2015). *desarrollo de un plan de Marketing*. Obtenido de <http://82.165.131.239/hosting/empresa/cajamadrid/leccion.asp?seccion=5&curso=27&leccion=9&cursos=1>
- ◆ folosifica, f. (20 de 01 de 2015). *Imagen corporativa*. Obtenido de <http://fusiontribal.wordpress.com/2008/02/29/%C2%BFpor-que-es-importante-la-imagen-corporativa-para-mi-empresa/>
- ◆ Galindo, M. (1994). *El desarrollo sustentable*.
- ◆ Hiebaum, K. (2004). *Objetivos del marketing*.
- ◆ INEC. (2010). *HABITANTES DEL CANTON SUCRE*.
- ◆ John Cajas Guijarro. (2001). *Desarrollo Social. La economía moderna*.
- ◆ Julio, I. M. (2008). *La Contratacion contemporanea en los sectores economicos*. Colombia.
- ◆ Kotler, P. (2004).
- ◆ Kotler, P. (2004).
- ◆ Kotler, P. (2008). *Marketing Turistico*.
- ◆ *Marketing en el Siglo XX*. . (s.f.). CAPITULO 2.
- ◆ Ministerio del Ambiente - COPADE. (s.f.). *Propuesta de Ordenamiento de la Zona Costera del Cantón San Vicente*.
- ◆ *Marketing en el Siglo XXI*. (2007). La comunicación dentro del marketing. 5ª Edición: CAPÍTULO 9.
- ◆ Martí, P. J. (2004). *Instrumento de valoración de la Efectividad del Marketing*.
- ◆ McCarthy, J. (1999). *Marketing*.
- ◆ Midgley, J. (2004). *El desarrollo social*.

- ◆ Montse, G. (13 de 10 de 2011). *Marketing y comunicación integral*. Obtenido de <https://montsemarketing.wordpress.com/tag/plan-de-marketing/>
- ◆ Movimiento Unidad Primero. (12 de 01 de 2015). *Paraíso para descubrir y disfrutar. San Vicente*. Obtenido de <http://unidadprimero.com/cantones/san-vicente/>
- ◆ MTOP. (s.f.). *Obras que generan cambios*. Obtenido de http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/16-11-2012_reportaje_especial_SANVICENTE.pdf
- ◆ Muñiz, R. (22 de 09 de 2009). *Marketing XXI*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/capitulo-2-estrategias-de-marketing.html>
- ◆ Navarrete, T. N. (2010). *Condicion Social del Canton San Vicente*. San Vicente.
- ◆ NU. CEPAL. (s.f.). División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. CEPAL.
- ◆ Organización Internacional del Trabajo. (s.f.). *Desarrollo económico y social*. Obtenido de <http://ilo.org/global/topics/economic-and-social-development/lang--es/index.htm>
- ◆ Palermo, U. d. (25 de 03 de 2015). *Gestión de Marketing, Universidad de Palermo, documento en PDF*.
- ◆ Patricio, C. J. (2009). *Historias de Bahía de Caráquez*.
- ◆ Peñarieta. (2013). *Que es Marketing Turístico*.
- ◆ Rodríguez, M. (2010). *Diseño de una Ruta Turística de Interpretación Cultural para la Promoción y el Desarrollo Local de la Etnia Aborigen Warao*. Delta Amacuro.
- ◆ Rousslin, J. (2015). *Marketing Turístico 2015*.
- ◆ Russanov, V. (2014). *El Turismo y su economía*.
- ◆ Salazar, M. A. (2013). *Economía Turística*.
- ◆ Según McCarthy y Perrault. (1998).

- ◆ Serra, A. (2010). *Actividad Economica Turistica*.
- ◆ social, D. e. (03 de 04 de 2015). *sobre el desarrollo social*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_econ%C3%B3mico
- ◆ social, e. (2010). Desarrollo economico y social. *Organizacion internacional del trabajo*.
- ◆ Staton, E. y. (1998). *Planeacion de marketing*.
- ◆ Sucre, G. (2013). *Informacion turistica de Bahia de Caráquez*.
- ◆ Sucre, G. M. (2013). *Reseña Historica de Bahía de Caráquez*.
- ◆ Susana, G. (2004). *Diccionario de Ciencias Sociales y Politicas*. Buenos Aires,: 1ª. Edición, Ed. Ariel.
- ◆ Universidad Nacional de San Luis. (2008). *El valor de tener un Plan Institucional*. .
- ◆ Valderrama, J. (2008). *Guía para el mejoramiento institucion*a. Medellin.

Anexo #1

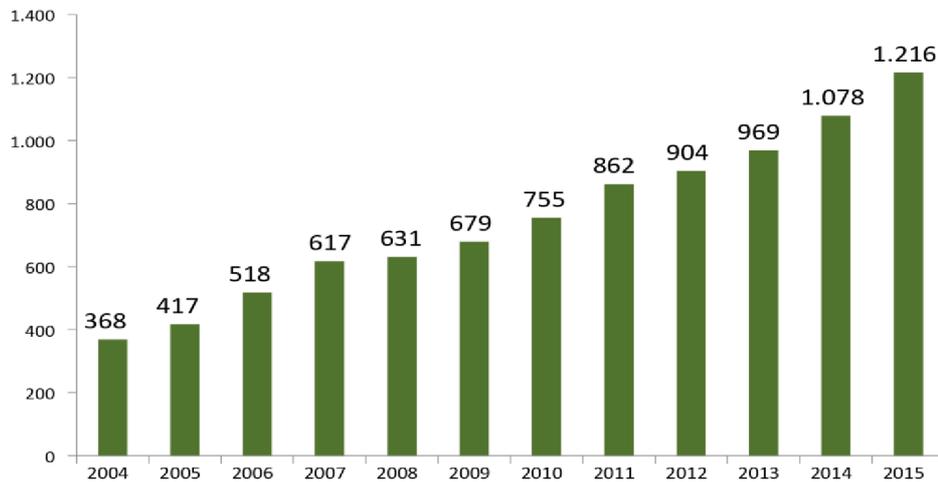


Gráfico de turistas que visitaron a Ecuador desde el año 2004 hasta el año 2015.



Gráfico de turistas extranjeros que visitan a Ecuador desde el año 2004 hasta el año 2015.

Anexo # 2

Cuadro # 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	34	55%
NO	33	45%
Total	67	100%

Cuadro # 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	67	100%
NO	0	0%
Total	67	100%

Cuadro # 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	85%
NO	13	15%
Total	67	100%

Cuadro # 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	37	60%
NO	30	40%
Total	67	100%

Cuadro # 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	67	100%
NO	0	0%
Total	67	100%

Cuadro # 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	51	82%
NO	16	18%
Total	67	100%

Cuadro # 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	64	95%
NO	3	5%
Total	67	100%

Cuadro # 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	80%
NO	17	20%
Total	67	100%

Cuadro # 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	60	90%
NO	7	10%
Total	67	100%

Cuadro # 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	85%
NO	13	15%
Total	67	100%

Anexo # 2

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ
CAMPUS DOCTOR HÉCTOR USCOCOVICH BALDA
FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

PROYECTO DE TESIS DE GRADO

Encuesta aplicada a La población de Bahía de Caráquez.

El objeto de estudio es el Plan de Marketing Turístico para promocionar la ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez, Cantón sucre.

.

Instrucciones:

- ♣ Analice y conteste con sinceridad las siguientes preguntas.

♣ Marque con una X la opción que considere conveniente.

Preguntas

1.- ¿Conoce usted donde están ubicados los lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez?

SI

NO

2.- ¿Cree usted que a Bahía de Caráquez le hace falta un monumento en la cual destaque que es una Ciudad Patrimonial?

SI

NO

3.- ¿Cree usted que nos beneficiaría que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Sucre nos promocionaría como ciudad patrimonial para atraer el turismo?

SI

NO

4.- ¿Cree usted que sería favorable que en su Institución Educativa se brinde una charla o seminario sobre nuestra ciudad patrimonial de Bahía de Caraquez?

SI NO

5.- ¿Cree usted que todas las casas patrimoniales de Bahía de Caráquez debería tener un distintivo que se las reconozca como tal?

SI NO

6.- ¿Cree usted que en los planteles educativos deberían implementar por lo menos una vez al mes, visitas a cada lugar patrimonial de la ciudad de Bahía de Caráquez?

SI NO

7.- ¿Usted cree que debería existir un departamento y/o oficina con su respectivo guía turístico en la que solo se brinde información de los lugares patrimoniales de Bahía de Caráquez?

SI NO

8.- ¿Cree usted que a los turistas les interesarían saber o conocer sobre nuestra ciudad patrimonial de Bahía de Caráquez?

SI

NO

9.- ¿Cree usted que en los tiempos de feriados sería bueno repartir volantes a los turistas para así promocionar nuestra ciudad patrimonial y así puedan visitar dichos lugares?

SI

NO

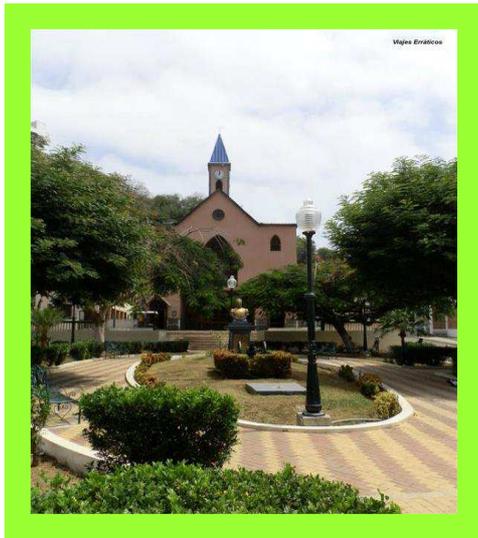
10.- ¿Cree usted que todos los habitantes del cantón Sucre tienen conocimiento que Bahía de Caráquez es una ciudad patrimonial?

SI

NO

Anexo # 3

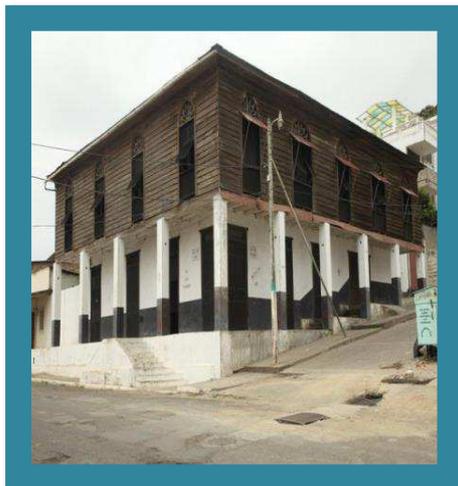
Principales atractivos patrimoniales de Bahía de Caráquez



IGLESIA LA MERCED



CASA AMERICANA



CASA VELASQUEZ



CASA AMERICA