



1ª EDICIÓN

Marketing Turísticos
estrategias de
Gestión Sostenible

Frank Ángel Lemoine Quintero
Castro Robles Josselin Marlene
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Erika Vanessa Almeida Lino
Norma Rafaela Hernández Rodríguez

EDICIONES **MAWIL**

1ª EDICIÓN

Marketing Turísticos

estrategias de

Gestión Sostenible

Autores Investigadores

Frank Ángel Lemoine Quintero

Docente Investigador;
Docente titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,
Extensión Bahía de Caráquez, Ecuador.
fangel64@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-8885-8498>

Castro Robles Josselin Marlene

Docente Investigador;
Docente titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,
Extensión Bahía de Caráquez, Ecuador.
cjoselin512@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-3808-8952>

Gema Viviana Carvajal Zambrano

Docente Investigador;
Docente titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,
Extensión Bahía de Caráquez, Ecuador.
gema.carvajal@uleam.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0001-8451-9683>



Erika Vanessa Almeida Lino

Docente Investigador;
Docente titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,
Extensión Bahía de Caráquez, Ecuador.
kek_1182@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-5126-7539>

Norma Rafaela Hernández Rodríguez

Docente Investigador;
Docente titular de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,
Extensión Bahía de Caráquez, Ecuador.
norma@uo.edu.cu

 <https://orcid.org/0000-0002-2086-2236>

1ª EDICIÓN

Marketing Turísticos

estrategias de

Gestión Sostenible

Revisores Académicos

PhD. Ruth Yadira Sumba Bustamante

Doctora en Administración.
Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa.
Diplomado en Autoevaluación y Acreditación Universitaria.
Economista.
Docente titular de la Universidad Estatal del Sur de Manabí.
Jipijapa. Ecuador.
yadira.sumba@unesum.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0003-2620-1129>

Mg. Melba Rosa García Merino Ing.

Ingeniera en Ecoturismo y
Magíster en Planificación de Proyectos Ecoturísticos y Ecológicos
Docente contratado de la carrera de Turismo
Facultad de Ciencias Económicas en la
Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador
melba.garcia@unesum.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-2902-4060>

Catálogo Bibliográfico

AUTORES: Frank Ángel Lemoine Quintero
Castro Robles Josselin Marlene
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Erika Vanessa Almeida Lino
Norma Rafaela Hernández Rodríguez

Título: Marketing turísticos: estrategias de gestión sostenible

Descriptor: Gerencia; Marketing; Turismo; Desarrollo sostenible

Código UNESCO: 5312.90 Economía Sectorial: Turismo

Clasificación Decimal Dewey/Cutter: 658.8/L5441

Área: Ciencias Administrativas

Edición: 1^{era}

ISBN: 978-9942-602-79-4

Editorial: Mawil Publicaciones de Ecuador, 2022

Ciudad, País: Quito, Ecuador

Formato: 148 x 210 mm.

Páginas: 150

DOI: <https://doi.org/10.26820/978-9942-602-79-4>



Texto para docentes y estudiantes universitarios

El proyecto didáctico **Marketing turísticos: estrategias de gestión sostenible**, es una obra colectiva escrita por varios autores y publicada por MAWIL; publicación revisada por el equipo profesional y editorial siguiendo los lineamientos y estructuras establecidos por el departamento de publicaciones de MAWIL de New Jersey.

© Reservados todos los derechos. La reproducción parcial o total queda estrictamente prohibida, sin la autorización expresa de los autores, bajo sanciones establecidas en las leyes, por cualquier medio o procedimiento.

Director Académico: PhD. Jose María Lalama Aguirre

Dirección Central MAWIL: Office 18 Center Avenue Caldwell; New Jersey # 07006

Gerencia Editorial MAWIL-Ecuador: Mg. Vanessa Pamela Quishpe Morocho

Editor de Arte y Diseño: Lic. Eduardo Flores, Arq. Alfredo Díaz

Corrector de estilo: Lic. Marcelo Acuña Cifuentes

1ª EDICIÓN

Marketing Turísticos

estrategias de

Gestión Sostenible

INTRODUCCIÓN



El turismo se ha convertido en una de las actividades de mayor relevancia e importancia a nivel mundial puesto que los individuos bajo las circunstancias existenciales ocasionado por sus funciones laborales principalmente buscan una forma de distracción o esparcimiento que mejore su estado de salud mental y emocional. Los países van visto una gran oportunidad centrado en el dinamismo y la capacidad de desarrollo que el turismo puede generar a nivel de ingresos. De esta manera la actividad económica va a girar en torno a las actividades que más le gustan o le suelen llamar la atención al turista.

No se puede ignorar que el marketing en su contexto juega un papel protagónico en la actividad turística y en la actualidad se evidencia en las disímiles acciones y en los diferentes tipos de marketing que hacen posible un posicionamiento de la actividad turísticas en diferentes segmentos de mercados. Por lo que el marketing turístico juega un rol primordial en impulsar el turismo convirtiéndolo en el producto interno bruto de alta representatividad a nivel de país.

Por su parte, la publicidad ha logrado convertirse en una comunicación de forma masiva y persuasiva que busca transmitir mensajes o influir de manera alguna sobre las actitudes de los destinatarios ya sea modificándolas o reforzándolas para conseguir una respuesta positiva que genere expectativa a nivel neurosensorial del turista.

Es importante resaltar que dentro del entorno turístico la publicidad busca ofertar los productos y servicios del sector, así como difundir una imagen fiable del destino que genere confianza, seguridad y empatía por sus características de ser este un servicio intangible, reconociendo que si deseamos un turismo sostenible se debe trabajar más en el efecto psicosocial de la comunicación publicitaria.

Estudios muestran que los recursos culturales, naturales y patrimoniales son parte de una red de valor y riqueza que deben de promocionarse y comercializarse de forma ética y sostenible, con el objetivo de me-

.....

jorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones en los destinos y la conservación de los recursos en función del ambiente (Castellanos & Orgaz , 2013)

Es imprescindible reconocer al padre del marketing Philip Kotler entre sus obras: (Kotler & Keller, Dirección de marketing. Decimocuarta Edición, 2012), (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing. Octava edición, 2008), (Kotler & Armstrong, MARKETING. Versión para Latinoamérica, Decimoprimera edición, 2007), (Philip Kotler, 2011) entre otras obras que fundamentan las pautas para potencializar el marketing y direccionarlo en entornos diferentes en la búsqueda de la continuidad de la mejora continua.

Basado en preceptos investigativos un grupo de investigadores se han dado la tarea de desarrollar un diagnóstico que desde su estructura tenga un enfoque sostenible a partir de herramientas del marketing turístico y de la publicidad como una estrategia para comercializar un destino turístico.

A partir de estadísticas y catastro de levantamiento de atractivo y recursos se pretende de abordar directrices como una opción para lograr los objetivos propuestos. Se escogerá el cantón de Pedernales como muestra de estudios para ubicar a los lectores en el procedimiento que se utilizará para la toma de decisiones y la mejor forma de gestionar acciones para turismo sostenible.

Pedernales es un cantón perteneciente a la provincia de Manabí con una extensión de 1932 km², privilegiado con atractivos turísticos naturales y culturales, limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con el cantón Jama, al este con el cantón Chone y al oeste con el Océano Pacífico. Tiene una población de 63. 441 habitantes y además se encuentra ubicado geográficamente en la línea equinoccial latitud 0° siendo denominado como “Primer punto en la mitad del mundo”.

En el año 2010 la Asamblea Nacional declaró esta zona de Manabí como “Génesis del Nombre del Ecuador” lo que compromete a la provincia y al cantón a trabajar por el engrandecimiento de toda la zona y convertir el tema en una oportunidad turística cultural.

Múltiples son las acciones que a través de proyectos de investigación y vinculación con la sociedad las universidades vienen desarrollando en las comunidades del país. La Universidad Laica Eloy Alfaro en su rol de pertinencia ha sumado esfuerzos para lograr generar impactos positivos de índole empresarial, cultural y social en las comunidades de la provincia de Manabí.

Este libro desarrolla una metodología que desde su concepción parte de un diagnóstico ordenado que permita a interesados, estudiantes y docentes verificar directrices metodológicas de técnicas y herramientas que desde sus resultados permitan la toma de decisiones inmediatas que atribuyan a una sostenibilidad del sector turístico en la zona objeto y en destinos similares.

Puntualizamos que la lógica del libro es mostrar desde la praxis una alternativa a la contribución al desempeño empresarial de la zona costa de Manabí, y los elementos básicos que se debe tener por parte del gremio turístico en función con posicionamiento y comercialización de destino provocando la estabilidad empresarial atribuya al crecimiento constante, mejor desempeño de actividad, que dinamice la actividad turística convirtiendo al destino en sostenible.

El libro consta de tres capítulos:

Capítulo I. Marco teórico referencial que desde su aporte contribuye al intercambio del fundamento del estado del arte para consolidar criterios que aportan a destinos turísticos sostenibles.

Capítulo II. Estudio de a nivel de actividad turística en el cantón de Pedernales como caso estudios para reflejar una metodología de diag-

.....

nóstico que aporte al desarrollo turístico y a fortalecer la comercialización del destino a partir de técnicas, métodos y herramientas del marketing.

Capítulo III. Propuesta de gestión sostenible que consiste en dar un enfoque de solución a la problemática existente que desde los resultados del diagnóstico aporte a desarrollar una estrategia de gestión para destino turístico sostenible.

1ª EDICIÓN

Marketing Turísticos

estrategias de

Gestión Sostenible



Publicado en Ecuador
septiembre del 2022

Edición realizada desde el mes de noviembre del 2021 hasta
septiembre del año 2022, en los talleres Editoriales de MAWIL
publicaciones impresas y digitales de la ciudad de Quito

Quito – Ecuador

Tiraje 50, Ejemplares, A5, 4 colores; Offset MBO
Tipografía: Helvetica LT Std; Bebas Neue; Times New Roman; en
tipo fuente.

1ª EDICIÓN



Marketing Turísticos

estrategias de

Gestión Sostenible

Autores Investigadores

Frank Ángel Lemoine Quintero
Castro Robles Josselin Marlene
Gema Viviana Carvajal Zambrano
Erika Vanessa Almeida Lino
Norma Rafaela Hernández Rodríguez

ISBN: 978-9942-602-79-4



© Reservados todos los derechos. La reproducción parcial o total queda estrictamente prohibida, sin la autorización expresa de los autores, bajo sanciones establecidas en las leyes, por cualquier medio o procedimiento.

CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.

MARKETING TURÍSTICOS: ESTRATEGIAS DE GESTIÓN SOSTENIBLE

