



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN MARKETING**

**TEMA:
IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DEL MARKETING
TURÍSTICO CON ENFOQUE ECOLÓGICO
PRODUCTO ECOTURÍSTICO GUAYAQUIL BICITOUR**

**AUTOR (A):
Malo Olives Jorge Alberto**

**Componente Práctico del Examen Complexivo previo a la
Obtención del Título de:
INGENIERO EN MARKETING**

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN MARKETING**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Jorge Alberto Malo Olives, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing.

**DECANO(A)/
DIRECTOR(A) DE CARRERA**

**COORDINADOR(A) DE ÁREA
/DOCENTE DE LA CARRERA**

Guayaquil, a los 23 del mes de Marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Jorge Alberto Malo Olives**

DECLARO QUE:

El componente Práctico del Examen Complexivo: **IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DEL MARKETING TURÍSTICO CON ENFOQUE ECOLÓGICO PRODUCTO ECOTURÍSTICO GUAYAQUIL BICITOUR** previo a la obtención del Título **de Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 23 del mes de Marzo del año 2015

EL AUTOR (A)

(Firma)

Jorge Alberto Malo Olives



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERIA EN MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Jorge Alberto Malo Olives**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del componente Práctico del Examen Complexivo: **IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DEL MARKETING TURÍSTICO CON ENFOQUE ECOLÓGICO PRODUCTO ECOTURÍSTICO GUAYAQUIL BICITOUR**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 23 del mes de Marzo del año 2015

EL AUTOR:

Jorge Alberto Malo Olives

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Ximena, mi esposa, por apoyarme e impulsarme siempre, y a mis hijos Esteban Manuel y Sarah Lucianna por ser mis fuentes de motivación

JORGE ALBERTO MALO OLIVES

DEDICATORIA

Dedicado a un Gran Hombre, mi abuelo, Jorge Malo Loja

JORGE ALBERTO MALO OLIVES

INDICE GENERAL

RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO	13
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA.....	14
SERVICIO	15
ECOTURISMO	17
PRODUCTO TURÍSTICO	18
BICITOUR	21
CONCLUSIÓN	26
BIBLIOGRAFÍA.....	28

RESUMEN

En la actualidad el desarrollo de la Industria Turística es tema prioritario en el país y se convierte en una excelente alternativa de desarrollo industrial sustentable y ecológico. Bicitour es un producto turístico que está enfocado al Ecoturismo dentro del perímetro urbano, el mismo que es un turismo diferente, sostenible y a la vez permite un equilibrio con la naturaleza. Se dará a conocer a Guayaquil y sus alrededores mediante un recorrido en bicicleta, fomentando de esta manera el deporte, a los ciudadanos quienes serán socios estratégicos por su amabilidad y a otros turistas que la visitan. Permitiendo ser parte del desarrollo turístico, fuente importante generadora de ingresos. El producto turístico Bicitour brindará la oportunidad de realizar recorridos por zonas que en ocasiones pasan desapercibidas, los lugares tradicionales y no tradicionales de la ciudad de Guayaquil. Además, se concientizará a los habitantes en el hecho de valorar y cuidar la ciudad, tratando de educar y fomentar la cultura así se logrará una imagen que se proyectará a nivel internacional a través de los turistas que la visiten. A la vez que se fomentará el deporte y el ciclismo como medio de transporte.

Palabras Claves: Turística, ecológico, promoción, comunicación, ciclismo.

ABSTRACT

At present the development of the Tourism Industry is a priority in the country and becomes an excellent alternative and environmentally sustainable industrial development. This tourism product focuses Ecotourism which is a different, while allowing sustainable balance with nature tourism. Whereby it will be released through promoting the city of Guayaquil and its surroundings, the citizens who live in it and the tourists who visit. Allowing is part of tourism development, generating important source of income. The tourism product offered an opportunity to conduct tours of areas that sometimes go unnoticed making the Bicitour the option to go traditional and non-traditional places Guayaquil. In addition, the inhabitants will become aware in fact value and care for the city, trying to educate and promote culture and an image to be projected internationally by tourists who visit it will be achieved. While sport and promote cycling as transportation.

The aim with this paper is how to use the tools available to promote and market the project.

Keywords: Tourism, ecological, promotion, communication, is cycling.

INTRODUCCIÓN

El Marketing Turístico se desarrolla para poder comercializar la oferta turística. En la actualidad es muy importante el desarrollo turístico para las economías nacionales.

La oferta ha venido creciendo al igual que la demanda hasta volverse un mercado bastante complejo y atractivo. En la actualidad en la Industria de Hotelería y Turismo intervienen grandes cadenas hoteleras, de cruceros, agencias de viajes, de transporte y operadores de turismo.

El desarrollo de la Industria Turística brinda cifras realmente atractivas, según un reporte de la OMT (Organización Mundial de Turismo en las Naciones Unidas) el Turismo Internacional alcanzó cifras de más de 1.100 millones de turistas internacionales viajando por todo el mundo en un solo año. Según el último número del Barómetro OMT del Turismo Mundial, durante los diez primeros meses de 2014, el número de turistas internacionales aumentó un 5%.

Comunicado de Prensa, El turismo internacional en vías de acabar 2014 registrando cifras sin precedentes. (Organización Mundial de turismo, 2014)

Para entender mejor este tema se plantean varias interrogantes

¿Qué es el Turismo?

¿Qué es el Marketing Turístico?

¿Cuáles son las características de un Ejecutivo de Marketing Turístico?

El alto grado de competitividad obliga a profundizar el conocimiento del mercado para volverse verdaderos profesionales de la comercialización de servicios turísticos.

En todas las Industrias es necesario contar con personal capacitado en servicio al cliente, pero la industria turística debe tener ejecutivos con un alto sentido de valor de este tema ya que el cliente forma parte del producto o servicio que se está vendiendo.

El marketing deberá convertirse en la cultura empresarial para poder ofrecer el mayor grado de satisfacción y a la vez ser grandes solucionadores de problemas del cliente. En la actualidad en las cadenas hoteleras existen personas especializadas en asistencia al huésped para cualquier inquietud o contratiempo que éstos tengan.

¿Qué es el Ecoturismo?

¿Cuál es el beneficio para la población donde se desarrolla el Ecoturismo, que problemas resuelve y qué efecto tendrá en la sociedad?

Se debe buscar una alternativa viable en la que se pueda desarrollar el ecoturismo urbano, en donde el protagonista sea el mismo habitante de la ciudad dando una nueva visión al desarrollo turístico y pudiendo convertirse en una fuente generadora de recursos y plazas de trabajo. El desarrollo del Ecoturismo necesita actuar mancomunadamente con el habitante de la población donde se desarrolla, el microempresario, el artesano, el comerciante

informal se vuelven socios estratégicos para el desarrollo de un producto ecoturístico.

¿Qué es un producto turístico?

El producto turístico que se desarrollará será Bicitour, una opción ecoturística urbana, se debe desarrollar una estrategia de mercadeo que permita dar a conocer a la ciudad de Guayaquil, tanto los lugares tradicionales como los no tradicionales ofreciendo un servicio único que satisfaga las necesidades del turista o consumidor.

Además, programar e incentivar la actividad turística de la ciudad, elevar el nivel de vida económico y cultural de los habitantes de la ciudad, orientar y auxiliar a los turistas internacionales y nacionales, sobre todo promover el turismo social, y fortalecer el patrimonio histórico y cultural así como el ecológico.

¿Cuál es la importancia del Internet en la comercialización y promoción de los Productos Turísticos?

En la actualidad la globalización y las redes sociales permite al consumidor de productos turísticos un mayor acercamiento a destinos lo más remotos posibles, es más, muchas veces el cliente tiene una guía clara de lo que quiere conocer y de los lugares atractivos donde quiere ir antes de llegar al destino planeado. Lo placentera y la facilidad que se haga su estadía y cómoda movilización depende el éxito de la empresa.

En la actualidad el Turismo entrelaza a personas de distintos continentes, razas, culturas, a la vez que distintas industrias a nivel mundial.

DESARROLLO

El enfoque de este ensayo donde se quiere resaltar el Ecoturismo, como una alternativa novedosa y como un plus diferenciador realizándolo dentro del perímetro urbano y fomentando el deporte es en lo que se basa BICITOUR.

Un producto turístico para comercializar turísticamente la ciudad de una forma sustentable y ecológica.

La mejor manera de comprender la idea de Marketing Turístico es definir por separado cada concepto:

MARKETING: es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio

TURISMO: Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior al año natural, y cuya finalidad no es ejercer una actividad remunerada en el país visitado.

MARKETING TURÍSTICO: No es un concepto solo restringido al turismo, sino que comprende un mundo muy amplio dentro de este: alojamiento, agencia de viaje, transporte, espectáculo, restaurantes, guías, traductores, tours, parques, museos, etc.

El Marketing Turístico se caracteriza por poseer características propias:

- La retroalimentación de información del turista
- Disponibilidad de poder ofertar tarifas
- Medios facilitadores de reservas (online, telefónica)

- Cobros online
- Información visual de los destinos turísticos
- Ofertar opciones de alojamiento
- Mayor segmentación o propuestas turísticas
- Información oportuna de ´promociones, paquetes turísticos, etc.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA

Como concepto el objetivo de la distribución es poner el producto a disposición del consumidor, es decir, lo que se produce, disponible para el que lo va a comprar en el lugar idóneo y accesible para satisfacer su necesidad.

En la Industria de Turismo, el marketing establece estos canales mediante el conjunto de organizaciones, que tienen como objetivo principal facilitar y dar a conocer a los potenciales consumidores los productos turísticos disponibles, realizando comercialización, es decir, la venta y cobro del mismo.

Al extrapolar el concepto de distribución a la Industria de Turismo se hace referencia al recibo que obtiene el cliente o turista al adquirir el producto turístico.

Para el marketing turístico la principal función en este tema no viene dada por la distribución, sino, más bien con la localización para la accesibilidad del potencial consumidor.

Se debe establecer una red de ventas que actúe lejos del lugar del producto turístico. Que permita acercar al consumidor y

sobretudo conocer el producto en el lugar donde está el consumidor y permitirle la opción de cotizar y hacer reservaciones.

Estas redes de ventas manejan muchos productos turísticos y son muchas veces las que deciden que es lo más conveniente para el consumidor y establecen paquetes turísticos atractivos conformados por varios productos, por esto, es básico y fundamental mantener excelentes relaciones comerciales y ofrecer incentivos atractivos a estos socios estratégicos.

SERVICIO

En la actualidad gracias a la globalización, las redes sociales y los medios existe una gran variedad de opciones y ofertas para viajar y vivir nuevas experiencias. Realmente adentrarse en una cultura diferente, sus costumbres, comidas, paisajes, ciudades etc.

¿Cómo se vuelve atractivo un lugar al turista?

Básico y fundamental es el producto turístico que se oferta, pero otro punto muy importante es el servicio y la calidad del producto que dicho lugar ofrece.

El servicio al cliente que recibió es fundamental para el retorno del turista y que informe a otras personas cuan satisfecho estuvo de haber escogido ese destino. Es muy frecuente utilizar un buscador para opciones de hospedaje en alguna ciudad y estos dan varias opciones donde se recalcan los comentarios de los turistas que los han visitado.

Todos los productos están comercializados por personal que ofrece servicio; servicio al cliente, servicio de asesoramiento,

servicio post-venta, etc. es decir, el personal de servicios es importante en toda empresa, pero, toma vital importancia cuando el producto comercializado es un intangible; la satisfacción del cliente por el producto recibido es un todo, no solo que el destino escogido cumpla todas sus expectativas de acuerdo a lo ofertado, sino que también percibe el servicio prestado por el personal.

Entre el personal de servicio se incluye tanto a operarios, jefes de cocina en restaurantes, camareros, meseros, recepcionista, cajeros, choferes, personal de seguridad. Existen hoteles en cadenas representativas que posee personal exclusivo y disponible, para solucionar y asistir problemas del pasajero.

Este equipo de servicio debe realizar su trabajo en forma efectiva y eficiente, por ser parte del marketing de la empresa, por lo tanto la filosofía empresarial debe ser fuertemente orientada al cliente. Esta filosofía debe venir desde la Gerencia de Mercadeo, muchas veces la forma como se presta el servicio puede estar influenciada por la forma en que gerencia trata al cliente interno de la compañía.

El contacto del cliente es la presencia física de éste en el sistema de servicio y la creación de servicio es el proceso del trabajo implícito en la prestación del servicio.

Es importante tener claro que el personal de servicio está conformado por todo el personal de la compañía que está en contacto con el cliente y con aquellos que no están en contacto. Todos son parte de esta filosofía.

ECOTURISMO O TURISMO ECOLÓGICO

Es la actividad que relaciona la oferta de productos turísticos con el medio ambiente donde debe estar implícito su conservación y protección, es decir no se debe perjudicar los recursos naturales, se puede practicar en cualquier ecosistema. Tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios.

Ecuador, gracias a su posición estratégica en el globo que lo beneficia con sus cuatro regiones geográficas (costa, sierra, oriente e insular) y por encontrarse en la mitad del mundo tiene muchas ventajas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo. Es ahí donde se debe aprovechar la posición de Guayaquil como puerto de entrada y a pesar de no poseer ecosistemas en su perímetro urbano, ofrece la oportunidad de tener esa experiencia.

El Ecoturismo nace para promover comunidades locales de bajos recursos que son las receptoras del turismo y la preservación del medio natural, también busca incentivar el desarrollo sostenible, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras.

En la actualidad el incremento del Ecoturismo se debe primordialmente a que es más barato que cualquier otro tipo de turismo, razón por la cual ha llevado a que muchas personas, apuesten por él para disfrutar de unas vacaciones sin necesidad de tener que realizar una importante inversión

El Ecoturismo es una nueva experiencia de turismo que permite conocer estilos de vida diferentes, siempre y cuando se respeten

los límites de la naturaleza y se conserven los mismos. Debe procurar:

- El cuidado de los ecosistemas.
- La comunicación de la historia natural en la que se incluye las características culturales locales y mantener sus rasgos culturales.
- Mejorar la calidad de vida de las culturas locales
- El desarrollo sostenible de las presentes y futuras generaciones

Cabe señalar que pese al auge del ecoturismo, no existe una reglamentación clara al respecto, productos turísticos que se ofertan sin velar por el cuidado de los ecosistemas pueden causar graves daños al medio ambiente. El gran auge de turistas puede resultar perjudicial sino se lo hace de manera controlada; la construcción de grandes hoteles, medios de transporte aéreo y terrestre, personal no capacitado pueden generar gran contaminación y residuo de desechos que no son tratados correctamente.

PRODUCTO TURISTICO

Existen pocas industrias donde se representen sectores tan entrelazados o dependientes uno del otro como los de hotelería y turismo con la de distintos tipos de transporte y movilización, es ahí donde el ejecutivo del marketing debe comprender la complejidad de este campo cambiante de consumidores.

Es importante diferenciar el producto final del producto turístico; producto es cualquier bien o servicio o la combinación de ambos que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos

que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades.

El producto turístico en cambio es un conjunto de servicios compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística.

El concepto de producto no solo se limita a objetos físicos, los productos también incluyen las experiencias, lugares, ideas, organizaciones, etc.

El consumidor al percibir un producto turístico tiene que brindarle utilidades funcionales para satisfacer sus necesidades básicas y utilidades psicológicas que están relacionadas con el valor simbólico concedido al destino escogido y al valor social frente a grupos de referencia.

En conclusión, el producto turístico, puede ser tangible o intangible, que se pueda vender al turista, puede estar formado por un conjunto de paquetes, viajes, servicios e información. Orientado a nuevos o viejos clientes para consolidar la ciudad como destino y apoyar las industrias afines.

Se debe considerar que la estrategia de mercadeo debe estar sustentada en el producto turístico a la vez que este viene dado por la oferta turística de un país, no se puede ofrecer una experiencia de viaje donde va a disfrutar de una sociedad de avances tecnológicos en (Japón) cuando nuestro principal atractivo son los paisajes; es por esto, que esta oferta turística debe estar fundamentada en un patrimonio turístico.

La estrategia del mercadólogo en cuanto al turismo debe centrar su interés en el posicionamiento del producto a mediano y largo plazo a la vez que el desarrollo y mejoras del mismo. Es importante y debe ser el objetivo de la Industria turística la de crear nuevos mercados atractivos al turista y proveer satisfacciones a partir del producto, siendo el producto entendido desde la facilitación del viaje y todo el entorno y la actividad que desarrollen los turistas lejos de su hábitat.

PRODUCTO TURÍSTICO

BICITOUR

Estudio de Mercado

Según el Ministerio de Turismo en mayo del 2014 mantiene un sostenido crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, reflejado en el 13 % de incremento con respecto a las llegadas registradas en el 2013 igualmente en el periodo enero-mayo del 2014 alcanza un incremento del 16 % de crecimiento. En relación al mismo periodo del año anterior.

Principales indicadores de turismo (Ministerio de turismo, diciembre 2014)

El mercado objetivo de este producto turístico es todo el caudal de turistas que visitan en la actualidad la ciudad de Guayaquil y a los cuales se les ofrecerá esta alternativa de recorrido.

Los toures para conocer las ciudades siempre están limitados por tiempo, tráfico, itinerarios, etc. El turista no tiene mayor acceso al medio ambiente, la opción que ofrece este producto turístico es justamente ser parte de este recorrido y lo cual se convierte en su principal ventaja.

BICITOUR básicamente no tiene competencia, ya que no existe dentro del medio alguna otra compañía que brinde el servicio de tours de la ciudad de Guayaquil, con el fin de dar a conocer a ciudadanos y turistas los atractivos que posee dicha ciudad y sus alrededores y para brindarles un tipo de servicio a través del cual, puedan satisfacer sus expectativas turísticas, culturales y recreativas. Por ésta razón, el mercado que se pretende captar no estaría dividido o compartido por otras empresas productoras del mismo producto o servicio que ofrece BICITOUR.

BICITOUR no posee competencia directa dentro del mercado, pero a pesar de esto se debe tener en cuenta que al cliente se le debe ofrecer productos de calidad para que lo consuman, ya que el cliente es muy exigente, más aún, si el producto que se ofrece no es un producto que sirva para satisfacer una necesidad primaria del consumidor, como es el caso de éste servicio que, a diferencia de satisfacer al cliente la necesidad de comer, beber o vestirse, ofrece al cliente satisfacer la necesidad de recrearse. Cabe recalcar, que dentro de las necesidades primarias del consumidor no está considerada la recreación, sin embargo no deja de ser muy importante, ya que es beneficioso para la salud, el olvidarse unos momentos del stress, del trabajo y de la rutina, para poder compartir un momento ameno en compañía de

familiares o amigos, al mismo tiempo que conocen a su ciudad y a sus alrededores.

A pesar de no tener competencia directa, lo cual es muy favorable para el producto turístico, hay que ser conscientes también de la importancia de ofrecer al cliente productos de calidad; por dar un ejemplo: si un cliente asiste a un restaurante y la atención que recibe por parte de las personas que lo atienden: cajero, meseras, etc., no es precisamente lo que el cliente espera, éste se retirará del restaurante insatisfecho, y un cliente insatisfecho es muy perjudicial, ya que no solamente que nunca más regresará a consumir al restaurante, sino que además contará a sus amigos la mala atención que en ese lugar le han brindado, lo que ocasiona, que por cada cliente descontento, no sólo se pierde a un cliente, se pierden diez. Es por ésta razón que la atención del personal del producto turístico y la calidad del servicio que se ofrecerá será la clave con la que BICITOUR, logrará la fidelidad de sus clientes.

El factor clave, es apoyar el lanzamiento del producto Bicitour con el conocimiento tanto de los habitantes de la ciudad así como los turistas con esto se lograra posicionar en la mente de las personas a Guayaquil cuando piensen en el producto.

Esto se logrará diseñando estrategias de comunicación previa adaptadas a las necesidades del turista. Haciendo enfoque de acuerdo a los diferentes sectores a visitar y así cuando las personas piensen en BICITOUR, pensarán en un Guayaquil renovado y mejorado, en el Malecón 2000, en las Escalinatas y el Puerto del Cerro Santa Ana, en el clásico Barrio Las Peñas, en El Puente Peatonal, en el Malecón 1900, etc., porque éstos representan los lugares más importantes de la ciudad, y son los lugares que se

promocionarán a través de la Pagina Web, Blogs, Fan Page y publicidad directa y material P.O.P. que se encontrará en las oficinas en las que funcionará BICITOUR.

Estrategia de Marketing Producto Bicitour

Bicitour utilizará una estrategia orientada a la filosofía de servicio. Ejecutivos de alto valor en la atención al cliente y solucionadores de problemas. El cliente que consuma el producto va a tener un alto grado de satisfacción en cuanto a lo recibido en comparación a lo esperado. No es una simple estrategia, es una filosofía empresarial que se mantendrá con altos estándares de exigencia hacia los ejecutivos que presten el servicio. Los socios estratégicos con los que se realizará la alianza serán altamente evaluados en este tema. Este será nuestro punto diferenciador. La principal vía de comunicación que mantendrá BICITOUR es la web, esto permite tener costes muy competitivos y sobre todo le garantiza llegar al cliente que se desea captar. En la actualidad el Internet es sumamente importante para nuestro servicio. Los clientes al momento poseen todas las herramientas necesarias para poder valorar un servicio mediante el acceso a buscadores o promotores de turismo en la web. Por esto es importante que el cliente que haya consumido el producto haya sido satisfecho, solucionado sus problemas y asistido ante cualquier imprevisto. El tipo de turista que se sentirá atraído por el servicio es justamente aquel que busca minimizar sus costos de viaje vía blogs o recomendaciones de otros turistas, no es aquel que llega al hotel cinco estrellas con todas las comodidades sino justamente el que quiere conocer y explorar nuevos destinos turísticos entrando en

contacto con la gente, las costumbres, su comida, sus bebidas y los lugares más significativos de cada destino.

Enfoque Ecológico

BICITOUR pone a disposición de sus clientes una forma diferente de conocer la ciudad, se dice que es un producto turístico que ofrece una opción ecológica dentro del perímetro urbano porque su servicio va a ser en bicicleta; el personal de BICITOUR dotará de todo el equipo y soporte necesario para que los recorridos sean seguros. Es una forma novedosa y ecológica ya que no se utilizará esos grandes buses contaminantes y que congestionan el centro urbano.

Ecoturismo es una palabra muy utilizada en la actualidad, pero en realidad Ecoturismo quiere decir explotar la industria turística sin contaminar el medio ambiente, y muchas veces es lo contrario, al direccionar el turismo a la naturaleza lo que se hace es contaminar el medio ambiente.

BICITOUR tiene un enfoque totalmente diferente, va a ofrecer recorridos urbanos y suburbanos protegiendo el medio ambiente, la industria turística no tiene límites de desarrollo y crecimiento y Ecuador como país cuenta con paisajes naturales maravillosos, envidiables para otros países mucho más desarrollados en este tema como es el caso de Costa Rica, una potencia turística que ha sabido desarrollar sus infraestructura para fomentar el turismo convirtiéndose en uno de los primeros destinos a nivel mundial.

El desarrollo del turismo desde un enfoque ecológico es la única manera que va a permitir que se convierta en una industria sustentable y en un recurso de ingresos creciente e inagotable.

Realizarlo de una forma ordenada y controlada va a permitir optimizar el manejo de los recursos naturales.

BICITOUR ofrecerá distintos paquetes donde el turista podrá con recorridos cortos en bicicleta conocer los lugares más significativos o de su interés dentro del perímetro urbano, tales como: El Malecón 2000, El Barrio Las Peñas, el centro financiero, Iglesias, Plazas, parques, etc. además tendrá opciones como la Isla Santay, El Parque Histórico, Cerro Blanco, Puerto Hondo y hasta la ruta del Pescador hasta el Morro, etc.

Todo esto con equipo seguro y con la asistencia necesaria ante cualquier contratiempo. Este ejercicio realmente es de muy bajo impacto y muy bien tolerado por la mayoría de las personas.

CONCLUSIÓN

Al finalizar este ensayo, después de todo lo expuesto se puede concluir la importancia del desarrollo de la industria turística y su creciente desarrollo. Lo compleja que se ha vuelto por la alta oferta existente, por lo cual, se requiere de ejecutivos con un alto conocimiento del Marketing Turístico para la comercialización y promoción. Ejecutivos que deben tener un alto sentido del valor del servicio al cliente, estos deben tener en cuenta que el contacto del cliente es la presencia física de éste en el sistema de servicio y la creación de servicio es el proceso del trabajo implícito en la prestación del servicio.

El enfoque ecológico dentro de la Industria Turística permitirá desarrollar productos sustentables, inagotables, rentables y que permitan desarrollo económico mediante la promoción de los atractivos turísticos pero sobre todo que no afecten al medio ambiente. Permitirá en términos micro tener a la sociedad donde se desarrolle nuevas fuentes de ingreso, plazas de trabajo, oportunidades de inversión a microempresarios y mejores volúmenes de ventas a los comerciantes informales, en realidad ellos no tienen que apostar a una gran inversión para garantizar la visita de los turistas, pero si se convierten en socios estratégicos, encargados de informar y atraer a los turistas proporcionando un servicio que satisfaga la necesidad de los mismos. En términos macro los beneficios resultantes son la entrada de divisas y la promoción del país a nivel mundial, así como también el fortalecimiento de la oferta turística.

Se diferencia lo que es un producto final de un producto turístico y se aborda a BICITOUR que se ofrece como un producto turístico con un enfoque ecoturístico dentro del perímetro urbano.

En la actualidad existe una interesante política de desarrollo turístico en nuestro país, seguramente sin precedentes con su campaña All You Need is Ecuador, la cual se convierte en la oferta turística del país, promocionando la diversidad de climas, paisajes, flora y fauna; se debe fortalecer a Guayaquil como puerto de entrada a esta oferta y aprovechar este momento coyuntural de inversión nacional para el desarrollo de productos ecoturísticos para Guayaquil, con todos los beneficios sociales que estos implican.

Para finalizar abordamos la importancia del internet y redes sociales en el desarrollo turístico. Permitir al potencial cliente interactuar audiovisualmente con el destino turístico que se oferta, nos permite explotar el producto en los lugares más remotos del planeta sin inflar nuestros costos, aparecer como opción en los buscadores con comentarios de clientes satisfechos fortalecerán la demanda y sobretodo le permitirá a operadores de turismo desarrollar una mejor estrategia de promoción.

Todos forman parte de la Industria Turística y todos deben tener esa filosofía de atención al cliente, cuando se presente la oportunidad para cualquier miembro de una sociedad debe convertirse en un facilitador para el turista. De la unión de todos depende convertirse en un destino turístico mundial con los beneficios que trae el desarrollo de esta industria para la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

- Philip Kotler / Jesús Madariaga / Javier Flores (2011). *Marketing Turístico*. USA: Pearson
- Philip Kotler / Gary Armstrong (2008). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. USA: Pearson
- Stanton (1999), *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. USA: Pearson
- Ricardo, T. A. (s.f.). *Marketing Turístico. Apuntes personales*. Ecu: UCSG
- Antoni Serra Cantallops (2002). *Marketing Turístico*. Esp: Piramide
- Oscar de la Torre Padilla (1997). *El turismo: Fenómeno Social*. Mex: Fondo de Cultura Económica
- Maribel Osorio García, Álvaro López López (2012). *Investigación turística: hallazgos y aportaciones* Mex, SECTUR, CESTUR, Centro de Estudios Superiores en Turismo
- Jeffrey F. Rayport, Bernard J. Jaworski (2003). *E-Commerce*. Mexico: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO
- Organización Mundial de Turismo (2014). *Comunicado de Prensa, El turismo internacional en vías de acabar 2014 registrando cifras sin precedentes*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/newsletter/2014-12-26/unwto-news-36>
- Ministerio de Turismo (Diciembre 2014). *Principales Indicadores de Turismo*. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-diciembre-2014.compressed.pdf>
- Amparo Sancho (1998). *Introducción al turismo*. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO
- Servio Correa Macias (2007). *Marketing Tour*. ECU: UCSG
- 2000 El papel del marketing en la comercialización de destinos turísticos. En: Bigné, J.E.; X. Font y L. Andreu, *Marketing de los destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*: 23-30. Madrid: ESIC Editorial [CAP 1]