

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de titulación tiene por objetivo el desarrollo de un plan de marketing para fortalecer la promoción turística del cantón Guamote considerando un modelo matemático multivariante que permitirá conocer proyecciones de ingresos que podrán percibir los diferentes establecimientos del cantón Guamote. El estudio fue realizado en la Provincia de Chimborazo, en los cantones DE Guamote, Colta, Alausí. Se ha procedido al levantamiento de información mediante la aplicación de encuestas hacia los diferentes turistas nacionales e internacionales que visitan estos cantones, donde se procedió a la recolección de datos, donde fueron procesados mediante el software estadístico SPSS, el cual nos ha permitido ver el comportamiento individual de cada variable y también evidenciar la relación y/o asociación de las distintas variables de estudio, que fueron obtenidos a través de las preguntas del cuestionario. Donde se ha podido evidenciar datos importantes sobre el comportamiento de los turistas como la pernoctación en el cantón, además de que atractivo turístico les gustaría visitar, la calificación que le otorgan al cantón Guamote, el gasto promedio que existe en el cantón Guamote y porque medio de comunicación les gustaría conocer los atractivos turísticos del cantón Guamote, además de que estrategias promocionales son más atractivas para los turistas como los descuentos, sorteos. Por lo tanto las autoridades del cantón Guamote deben considerar realizar un plan de marketing, debido a la falta la demanda de turistas que existe en el cantón Guamote, que mediante alianzas estratégicas con las empresas públicas y privadas puedan potenciar conjuntamente todos los atractivos turísticos del cantón Guamote. Se aplica el método GAP y se propuso el modelo matemático multivariante para los servicios hoteleros del cantón Guamote.

PALABRA CLAVES:

- **PLAN DE MARKETING**
- **PROMOCIÓN TURÍSTICA**
- **MÉTODO GAP**
- **TURISMO**
- **MODELO MULTIVARIANTE**

Abstract

The present work for titration the aim of which is to development of a marketing plan to strengthen the tourist promotion of the canton Guamote considering a multivariate mathematical model that will allow projections of income to be able to perceive the different establishments of the canton Guamote. The study was carried out in the province of Chimborazo, in the cantons of Guamote, Colta, and Alausí. There has been the lifting of information through the application of surveys to different national and international tourists that visit these cantons, where it proceeded to the collection of data, where they were processed by using the SPSS statistical software, which has allowed us to see the individual behavior of each variable and also show the relationship and/or association of the different variables of the study, which were obtained through the questionnaire. Where it has been possible to highlight important data on the behavior of tourists and overnight stay in the canton, in addition to that they would like to visit tourist attraction, the grade awarded to the canton Guamote, the average expenditure that exists in the canton Guamote and because means of communication they would like to know the tourist attractions of the canton Guamote, in addition to promotional strategies are more attractive for tourists as the discounts, sweepstakes. By both the authorities of the canton Guamote should consider conducting a marketing plan, due to the lack of tourist demand that exists in the canton Guamote, that through strategic partnerships with public and private companies can increase together all the attractions of the canton Guamote. The method is applied gap and it was proposed that the multivariate mathematical model for the services of the canton Guamote

KEYWORDS:

- MARKETING PLAN
- TOURIST PROMOTION
- METHOD GAP
- TOURISM
- MULTIVARIATE MODEL