

Artículo de Difusión

1. Título y Autores. - El tema de tesis previa a la obtención del grado de Magíster en Turismo Mención en Gestión Sostenible de Destinos Turísticos: **COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO “PALACIO REAL” DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

2. Diseñado por; Ing. Daniel Marcelo Guerrero Vaca, bajo la tutoría de la Mgs. Silvia Marieta Aldaz Hernández. PhD.

3. Resumen.- Esta situación problemática fue abordada con el objeto de determinar la influencia de la comercialización en el desarrollo turístico del Centro, identificando la influencia del perfil del cliente, productos y promoción turística. La metodología aplicada fue de tipo documental y trabajo de campo, con diseño investigativo no experimental, transversal y relacional. La recolección de datos fue posible por medio de encuestas y fichas técnicas creadas para la esta investigación; el cuestionario fue aplicado a los clientes del Centro de Turismo Comunitario Palacio Real y las fichas técnicas en instalaciones que facilitan los servicios turísticos. Para el procesamiento de los datos, análisis de la información y comprobación de Hipótesis, se utilizó el software IBM SPSS Statistics 22. Obteniendo como resultado la influencia significativa de la comercialización con sus dimensiones: cliente, productos y promoción, en el desarrollo turístico, por lo que se recomienda el monitoreo constante de estas dimensiones para potenciar el Centro de Turismo Comunitario Palacio Real.

1. Introducción. - El turismo en la actualidad representa una alternativa viable de desarrollo local, regional y nacional puesto que refleja la coordinación de políticas, estrategias, infraestructura y equipamiento en consecución del aprovechamiento de recursos naturales, patrimoniales y manifestaciones culturales puestos a disposición del mercado turístico. En este contexto, el Ecuador cuenta con potencial indefinido debido a su biodiversidad y pluriculturalidad propia de su geografía y antecedentes históricos.

2. Fundamentación Teórica. Comercialización. - La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman

(Economía, 2012) **Relación entre las Variables.** -Las actuales tendencias de la demanda y el consumo turístico están empezando a permitir, e incluso a favorecer, el desarrollo de ámbitos que hasta el momento se habían visto apartados de esta actividad o habían ocupado una posición muy marginal, al no encajar en los parámetros de lo que los antiguos consumidores consideraban como un lugar atractivo para ser visto.

3. Variable Dependiente – Desarrollo Turístico. -El crecimiento de la población a nivel global repercute en una transformación constante en el modo de vida de todos los países, sean desarrollados o en vías de desarrollo.

4. Metodología. - Metodología. - El diseño de la investigación: No Experimental, Transversal, Cualitativa y Cuantitativa **Tipo de Investigación:** Documental, Trabajo de Campo, Descriptiva **Técnicas e Instrumentos de recolección de datos:** La población infinita de estudio está constituida por los clientes del Centro de Turismo Comunitario Palacio Real.

Resultados. - El estadístico de prueba para comprobar la significancia del coeficiente de correlación calculado fue obtenido con la fórmula planteada por Lind, Marchall y Whaten (2012):

Conclusiones. - A través de la encuesta aplicada fue posible determinar las expectativas y motivaciones del perfil del cliente del Centro de Turismo Comunitario Palacio Real. Esta información fue sometida a un análisis de correlación para identificar la relación entre este perfil y el desarrollo turístico del Centro. Los resultados llevaron a determinar que existe una relación significativa entre estas variables lo que permite concluir que el perfil del cliente está relacionado con el desarrollo turístico del lugar.

5. Referencias Bibliográficas.- Textos impresos y Webgrafía.