



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

*Plan de Marketing Turístico para el Cantón Morona (Macas),
provincia de Morona Santiago*

Tesis previa a la obtención del título de:
Ingeniero Comercial

Autor: Johana Noguera J.

Director: Ing. José Erazo Soria

Cuenca-Ecuador
2009

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, Armando y Patricia quienes con su ejemplo me han enseñado a salir adelante frente a cualquier adversidad de la vida y sobre todo han inculcado en mí, principios morales y sabios consejos. A mis hermanas Cindy y Noelia, mis abuelos Toto y Mequita y a cada unos de mis familiares que siempre me apoyaron y confiaron en mí a lo largo de mis estudios universitarios, gracias...

Johana Noguera J.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios, por derramar en mí sus bendiciones a lo largo de mi vida, por darme la salud y sabiduría para terminar con éxito una de mis metas propuestas en la vida. Gracias a mis padres por darme su apoyo moral y económico para terminar hoy con esta etapa de mi vida y sobre todo, por ser los dos pilares importantes en mi vida. A los docentes de la Escuela de Administración de Empresas gracias por compartir conmigo sus conocimientos, en especial a mi Director de Tesis, Ing. José Erazo Soria, quien contribuyó para presentar este excelente proyecto. A cada una de las personas que estuvieron a mi lado durante el transcurso de mi carrera universitaria y en elaboración de este proyecto.

Mil gracias a todos.

Johana Noguera J.

TABLA DE CONTENIDOS

Portada.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Tabla de contenidos	iv
Resumen	vi
Abstrac	vii
 CAPÍTULO I	 1
GENERALIDADES.....	1
1.2. Información General de la Provincia de Morona Santiago	1
1.2.1 Ubicación, Limites y Extención	5
1.2.2 División Política, Población y Clima	5
1.2.3 Flora	7
1.2.4 Fauna.....	8
CAPÍTULO II	9
INVESTIGACION DE MERCADO	9
2.1. Muestreo de la Poblacion	9
2.1.1. Población	9
2.1.2. Tamaño de la Muestra	9
2.1.3. Diseño del Cuestionario.....	11
2.2. Presentacion de Resultados.....	13
2.2.1. Resultados de la Encuesta	13
2.2.2. Conclusiones de la Investigación	26
2.3. Análisis de la Oferta Turística	27
2.3.1. Transporte Terrestre y Aereo	27
2.3.2. Agencias de Viaje y Operadoras de Turismo	28
2.3.3. Establecimientos de Alojamiento.....	29
2.3.4. Establecimientos de Alimentos y Bebidas	30
2.3.5. Atractivos Turísticos	32
CAPÍTULO III	42
PLAN DE MARKETING	42
3.1. Establecimiento de la Mision y Vision	42
3.1.1. Misión	42
3.1.2. Visión	43

3.1.3.	Análisis de Variables que Promoverán el Turismo	43
3.2	Análisis Situacional del Mercado	46
3.2.1	Fuerzas Competitivas según M. Porter	46
3.2.2	Análisis de la Cadena de Valor	49
3.2.2.1	Actividades Primarias	49
3.2.2.2	Actividades Secundarias	51
3.2.3	Análisis de la Matriz BCG	52
3.2.4	Matriz Ford	54
3.3.	Planteamientos de los Objetivos del Plan	56
3.4.	Formulación de la Estrategia de Marketing	57
3.5.	Plan de Acción.....	58
3.5.1.	Componentes del Marketing Mix.....	58
3.5.1.1	Producto/Servicio.....	58
3.5.1.1.1	Marca.....	58
3.5.1.1.2	Creación de un Centro de Información Turística (i tur)	60
3.5.1.1.3	Mejoramiento de la Vialidad.....	60
3.5.1.1.4	Elaboración de Productos Estrella.....	60
3.5.1.1.5	Elaboración de una Guía Turística.....	64
3.5.1.1.6	Señalética turística.....	65
3.5.1.1.7	Concientización Turística	67
3.5.1.1.8	Capacitación a los Prestadores de Servicio dentro del Turismo	67
3.5.1.1.9	Seguridad.....	68
3.5.1.1.10	Virtuales	68
3.5.1.2	Precio	69
3.5.1.3.	Canales de Distribución/ Promoción y Publicidad.....	69
3.6	Presupuesto de Marketing	71
3.7	Evaluación del Plan	73
CAPÍTULO IV		74
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		74
4.1.	Conclusiones	74
4.2.	Recomendaciones.....	77
BIBLIOGRAFIA.....		80

RESUMEN

Este plan de Marketing turístico para el Cantón Morona tiene como objetivo promover la actividad turística alcanzando posicionamiento de mercado, aprovechando su gran biodiversidad y cultura. Esta tesis esta compuesta por: un análisis situacional del Cantón puntualizando ubicación y características; una investigación de mercado en donde se evalúa la oferta turística como su demanda; un plan de Marketing con propuestas de direccionamiento estratégico, planes operativos, tiempos, costos, y finaliza con las conclusiones y recomendaciones. Este trabajo se proyecta a futuro y conjuntamente con habitantes, entidades y empresas se logrará posicionar al Cantón Morona como primer destino turístico de la Amazonía.

ABSTRACT

This tourism-marketing plan for Morona Canton has as its objective to promote the tourist activity by reaching by market positioning through taking advantage of its great cultura and biodiversity.

This thesis is made up of; a situation análisis focusing on location and characteristics; market research In which the tourist offer is evaluated as well as its demand; and a marketing plan with strategic management proposals, operational plans, timescales, costs and culminates with conslusions and recommendations.

This écheme is projected for the future and involves inhabitants, organizations and campanies; which Hill position Morona Canton as the prime tourist destination in the Amazon region.

CAPITULO I

GENERALIDADES

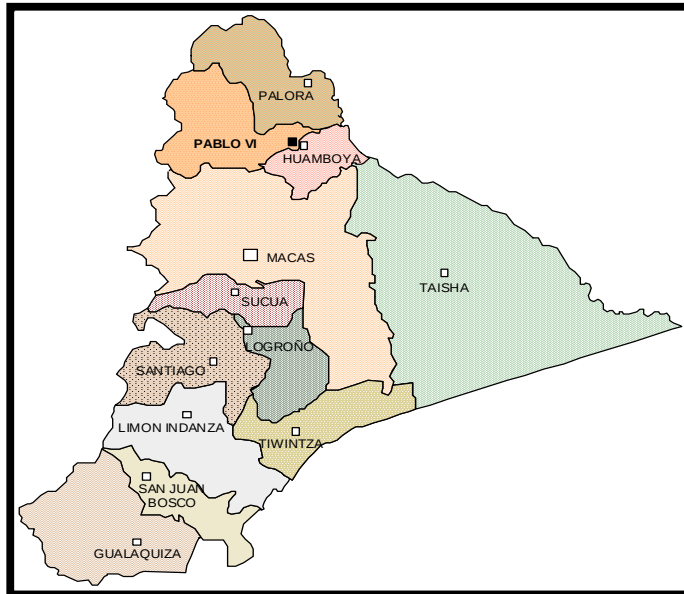
1.1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA PROVINCIA MORONA SANTIAGO

Provincia Morona Santiago¹

Capital:	Macas
Superficie:	24.062,78 Km ²
Población:	115.412 habitantes.
Ubicación:	Se encuentra en el centro sur de la región amazónica, tierra verde con exuberantes parajes naturales, poseedora de atractivos turísticos de gran belleza cultural y natural, por lo que se la conoce como “Templo de la Amazonia”
Límites:	Norte: Provincia de Pastaza y Tungurahua Sur: Provincia de Zamora Chinchipe y Límite con el Perú Este: Límite Internacional con la República de Perú Oeste: Provincias de Chimborazo, Cañar y Azuay.
Latitud Sur:	Entre los Paralelos 1° 25´ y los 3° 54´
Longitud Occidental:	Entre los Meridianos 76°05´ y 78° 58´
Temperatura Media:	22°C.

¹ MORONA SANTIAGO Templo de la Amazonía pág. 11-12

MAPA No. 1. División Política de la Provincia Morona Santiago



Fuente: Guía de la Provincia de Morona Santiago.

La provincia Morona Santiago esta constituida por 12 cantones que son:²

Cantón Morona (Macas): la cabecera cantonal es la ciudad de Macas. Además es la capital provincial. El cantón está constituido por las siguientes parroquias: Macas, 9 de Octubre, General Proaño, San Isidro, Sevilla Don Bosco, Sinaí, Zúñac, Cuchaentza, y Río Blanco.

Cantón Palora: la cabecera cantonal es la ciudad del mismo nombre, está constituido por las parroquias: Palora, Arapicos, Cumandá, Sangay, 16 de Agosto.

Cantón Huamboya: la cabecera cantonal es la ciudad del mismo nombre, está constituido por las siguientes parroquias, Huamboya y chiguaza.

Cantón Pablo Sexto: la cabecera cantonal es Pablo Sexto.

² Monografía del CANTON MORONA Pág. 11

Cantón Sucúa: la cabecera cantonal es la ciudad del mismo nombre, está constituido por las siguientes parroquias, Sucúa, Asunción, Huambi, y Santa Marianita de Jesús.

Cantón Taisha: la cabecera cantonal es la ciudad del mismo nombre, está constituido por las siguientes parroquias, Taisha, Huasaga, Macuma, Titinentza.

Cantón Logroño: la cabecera cantonal es la ciudad del mismo nombre, está constituido por las siguientes parroquias: Logroño, Yaupi, y Shimpis.

Cantón Santiago: la cabecera cantonal es la ciudad de Méndez, está constituido por las siguientes parroquias: Chupianza, Copal, Patuca, San Francisco de Chinimbimi, San Luís del Acho, Santiago de Méndez y Tayuza.

Cantón Limón Indanza: la cabecera cantonal es la ciudad de General Leonidas Plaza Gutiérrez, está constituido por las siguientes parroquias: General Leonidas Plaza Gutiérrez, Indanza, San Miguel de Conchay, Santa Susana de Chiviaza y Yunganza.

Cantón San Juan Bosco: la cabecera cantonal es la ciudad del mismo nombre, está constituido por las siguientes parroquias: Pan de Azúcar, San Carlos de Limón, San Jacinto de Wakambeis, San Juan Bosco y Santiago de Pananza.

Cantón Gualaquiza: la cabecera cantonal es la ciudad del mismo nombre, constituido por las parroquias: Amazonas, Bermejós, Bomboiza, Chiguinda, El Ideal, El Rosario, Gualaquiza, Mercedes Molina, Nueva Tarqui y San Miguel de Cuyes.

Cantón Tiwintza: la cabecera cantonal es Santiago, y sus parroquias son: San José de Morona y Santiago.

1.2 INFORMACION DEL CANTON MORONA (MACAS)

En virtud de que el Plan de Marketing está orientado al Cantón Morona (Macas), procederé a resaltar algunos aspectos que son de vital importancia.

Macas, es regazo de la ciudad española llamada Sevilla de Oro, fundada por José Villanueva Maldonado en 1575 y considerada como jurisdicción de la Gobernación Yaguarzongo.³

Luego durante la vida republicana del Ecuador, en tiempos del período Garciano, huyen por los distintos confines de la patria, o llegan confinados a esta ciudad el General Víctor Proaño, en esta fecha 29 de Mayo de 1861, Macas es considerada como cabecera del Cantón Sangay, perteneciente a la provincia del Chimborazo.

En memoria de este acontecimiento el Municipio de Morona en su sesión del 21 de marzo de 1969 declara que cada 29 mayo, el Cantón Morona celebrará su fecha clásica de aniversario. En 1920, se crean las provincias de la región oriental: Napo Pastaza y Santiago Zamora, considerando entonces a Macas como capital de Santiago Zamora y borrando el nombre del Cantón Sangay para convertirse de esta manera cabecera del Cantón Morona Santiago, siendo su primer Jefe Político el comandante Manuel Bejarano.⁴

Macas con su gente amable y cordial sigue indeclinable por su grandeza y fortalecimiento de sus valores humanos y recursos naturales. “Macas, ecos de poesía y misterio, síntesis de historia y leyenda, bautizada con mil títulos por su encanto y belleza, es la fusión del sufrimiento de colonos y nativos que a lo largo de los años han creado una ciudad con características únicas en el país”⁵

³ TELMO NOGUERA, Macas en un Lumbral de los recuerdos

⁴ TELMO NOGUERA, Macas en un Lumbral de los recuerdos.

⁵ TELMO NOGUERA, Macas en un Lumbral de los recuerdos

1.2.1 Ubicación, Límites y Extensión

El Cantón Morona (Macas) está ubicado en el centro de la Provincia Morona Santiago entre las coordenadas geográficas 79° 05´ de longitud W; 01 26 de latitud Sur; 76 35´ 54´ de longitud W; y 03° 36´ de latitud Sur.⁶

El Cantón Morona (Macas) comprende una superficie de 4.601 Km² que corresponde al 19.35% de la superficie de la provincia y al 4.02% de la región Amazónica Ecuatoriana.

Sus límites son:

Al Norte: Cantones de Huamboya y Pablo Sexto

Al Sur: Cantones de Sucúa, Logroño y Tiwinza

Al Este: Cantón Taisha

Al Oeste: Provincia del Chimborazo⁷

1.2.2 División Política, Población y Clima

El Cantón Morona (Macas) tiene 8 parroquias rurales y una parroquia urbana, que es la ciudad de Macas y a su vez la capital de la Provincia de Morona Santiago.

La población del Cantón Morona según el VI censo es de 29.818 habitantes, divididos en:

Hombres: 14.702 que representan el 49.3%

Mujeres: 15.116 que representan el 50.7%

Población Urbana: 45.62%

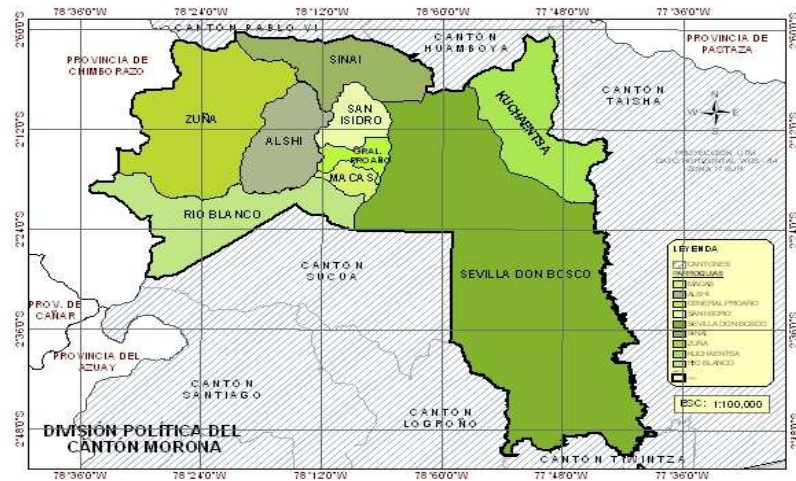
Población Rural: 54.38%

⁶ Monografía del CANTON MORONA Pág. 26

⁷ Monografía del CANTON MORONA Pág. 27

La tasa de crecimiento promedio es de 2% anual.⁸

MAPA No. 2. División político-administrativa



Fuente. Departamento de Planificación del Municipio del Cantón Morona.

La distribución por habitantes y superficie se puede apreciar en el cuadro N° 1 destacando que la parroquia con mayor población es Macas con el 47.13% y la parroquia más grande en superficie es Sevilla Don Bosco con el 47.82%.

La temperatura más cálida la encontramos en las parroquias: Macas, Cuchaentza y Rio Blanco con una temperatura entre los 20-25°C. El clima más frío la encontramos en las parroquias 9 de Octubre y Zuñac cuya temperatura oscila entre los 8-15°C.

⁸ MORONA SANTIAGO Templo de la Amazonía pág. 21

CUADRO N° 1. Información Parroquial

NO.	PARROQUIAS	POBLACION		SUPERFICIE		ALTURA (M.S.N.M)	TEMPERATURA
		Nº	%	Km ²	%		
1	Macas	14.054	47.13	56	1.22	1070	Cálida
2	General Proaño	1.175	3.94	42	0.91	1100	Templado
3	San Isidro	755	2.53	149	3.24	1100	Templado
4	9 de Octubre / Alshi	337	1.13	223	4.85	2600	Frio
5	Sinaí	837	2.81	340	7.39	1200	Templado
6	Cuchaentza	1.443	4.84	401	8.71	1000	Cálida
7	Río Blanco	1.283	4.30	480	10.43	1000	Cálida
8	Sevilla Don Bosco	9.700	32.53	2.200	47.82	1100	Templado
9	Zúñac	234	0.79	710	15.43	2800	Frio
TOTAL		29.818	100	4.601	100		

Fuente: Plan de Desarrollo Participativo cantón Morona.

Elaborado por: Johana Noguera J.

1.2.3 Flora

La vegetación es exuberante. Existe una gran variedad de árboles empleados para la construcción de viviendas y muebles, tales como: cedrón, ceibo, guarango, canelón, seiki, yumbinga, balsa, guadua, jicopo, guayacán, caoba, pituica, alcanfor, pechiche, washiqui, laurel, pambil y chonta. En relación a las plantas ornamentales se destacan las orquídeas, bromelias y helicóneas. En el campo de la medicina están el barbasco, malicahua, ayahuasca, guayusa, sangre de drago, uña de gato y sandi.⁹

En el parque Nacional Sangay según los últimos estudios ecológicos se han llegado a determinar que existen alrededor de 165 especies. Entre ellas tenemos: Pumamaqui, arrayan, aliso, olivo, cedro, laurel, guayacán, caoba, etc.¹⁰

⁹ Monografía del CANTON MORONA Pág. 54

1.2.4 Fauna

El número de especies mamíferos constituyen más del 50% de las especies que habitan en los bosques amazónicos tropicales del Ecuador. Las especies de aves representan aproximadamente en el 43% especies y el 70% de las familias registradas en el Oriente Ecuatoriano.

Como especies endémicas se identifican al cuy silvestre y la musaraña. Los representantes más comunes de las especies animales de la zona son el lobo de páramo, los osos de anteojos y hormiguero, venado, cervicabra, los monos aullador y machín, chichico, saíno, tapir o danta jaguar, puma, puerco espín, nutria gigante guatusa y guanta; entre las aves destacan los patos común y de torrentes, gaviota andina, curiquingue y el majestuoso cóndor de los Andes.¹¹

¹⁰ MACAS un lugar para descubrir Pág. 48

¹¹ Monografía del CANTON MORONA Pág. 52

CAPITULO II

INVESTIGACION DE MERCADO

La presente investigación de mercado tiene el propósito de conocer las necesidades de los consumidores en el ámbito turístico, características, gustos y preferencias, intención de compra y el interés por conocer el Cantón Morona.

2.1. MUESTREO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. Población

Las personas sujetas a la aplicación del presente estudio son la población económicamente activa a partir de 12 años de edad del área urbana de las provincias del país que son parte del segmento de mercado que se pretende captar.

Para el presente estudio se consideró una población de 2.016.127¹² habitantes.

2.1.2. Tamaño de la muestra

Para conocer el tamaño de la muestra aplicaré la fórmula para universos finitos:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

¹² INEC, VI Censo de la población 2001

Donde:

n = muestra

N = 2'016.127

p = probabilidad de que suceda el evento (50%)

q = probabilidad de que no suceda el evento (50%)

e = margen de error 5%

z = nivel de confianza 95%= 1.96

Entonces:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 2.016.127}{(2016127 - 1) (0.05^2) + 1.96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

n = 384 personas.

2.1.3. Diseño del Cuestionario



La Universidad del Azuay por medio de la Srta. Johana Noguera egresada de la Facultad de Ciencias de la Administración; se encuentra realizando una estudio de mercado para la promoción turística del Cantón Morona en la Provincia Morona Santiago. Por consiguiente solicito su colaboración respondiendo la siguiente encuesta.

Edad.....

Genero: M.....

F.....

Estado civil.....

1. ¿A visitado usted alguna vez la ciudad de Macas o alguna parroquia del Cantón Morona?

Si.....

No.....

2. ¿Le gustaría conocer los atractivos turísticos que dispone el Cantón Morona?

Si.....

No.....

3. ¿Cómo le gustaría visitar al Cantón Morona?

Por cuenta propia

Mediante Agencia de viajes.....

A través de un familiar

4. ¿Cuándo le gustaría viajar a la ciudad de Macas y/o al Cantón Morona?

Fin de Año

.....

Semana Santa

.....

Fiestas de Cantonización

.....

Fines de semana

.....

Fiestas de la Purísima de Macas

Otros

.....

Carnaval

.....

5. ¿Qué lugares le gustaría visitar del Cantón Morona?

Lagunas		Bosques	
Cascadas		Ríos	
Comunidades		Ciudad	

6. ¿Qué actividades le gustaría realizar?. Señale tres opciones.

Caminata		Cabalgata	
Campamento		Balneario en ríos	
Aviturismo		Fotografía	
Visita Selva		Convivencia cultural	
Ciclismo de Montaña		Descanso	
Pesca deportiva		Deportes extremos	
Degustación de comida típica.....		Medicina Natural	
Shamanismo		Otros (Cuales)	

7. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en el Cantón Morona con fines turísticos?

1 día..... 2 días..... 3 Días..... 4 días..... + 4.....

8. ¿Qué presupuesto lo destinaría para hacer turismo en el Cantón Morona?

- 100 dólares		100 a 200 dólares	
200 a 500 dólares		+ de 500 dólares	

9. ¿Por qué medio acostumbra a informarse sobre lugares turísticos?

Televisión		Radio	
Paginas Web		Postales	
Afiches		Guía turística	
Familiares			

10. ¿Conoce si el Municipio de Morona realiza campañas de difusión de los lugares turísticos de su Cantón?

Si..... No.....

Gracias por su Colaboración

2.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

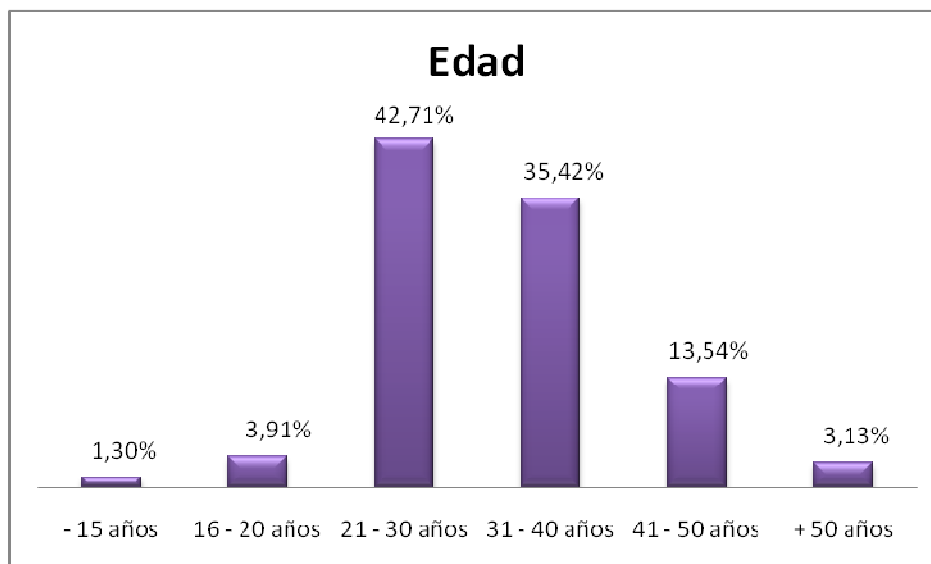
2.2.1 Resultados de la Encuesta.

- **Edad**

Tabla 1

Variable	fa	fr
- 15 años	5	1,30%
16 - 20 años	15	3,91%
21 - 30 años	164	42,71%
31 - 40 años	136	35,42%
41 - 50 años	52	13,54%
+ 50 años	12	3,13%
Total	384	100,00%

Gráfico 1



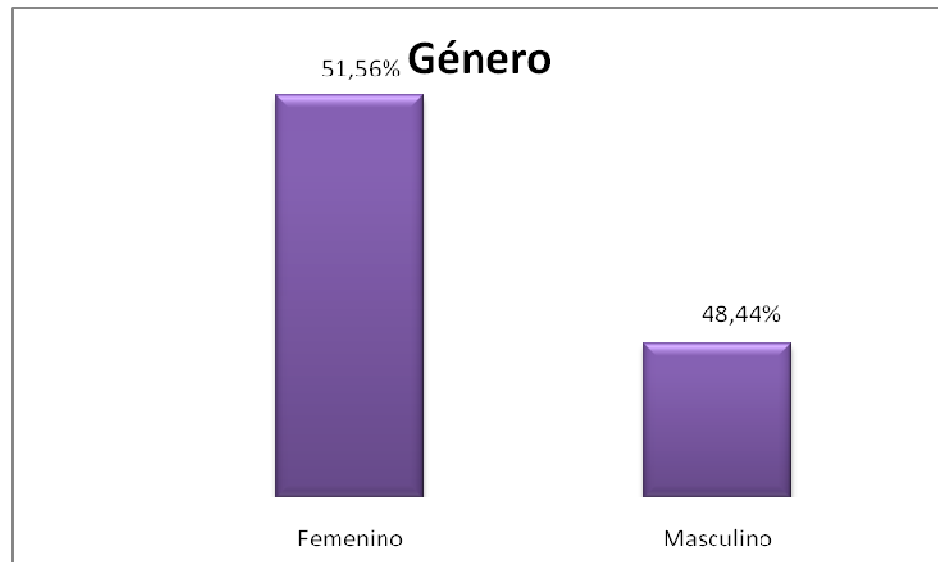
De la muestra encuestada el 42,71% son personas que se encuentran en el intervalo de edad de 21 – 30 años; el 35,42% están entre los 31 – 40 años; el 13,54% tienen de 41 – 50 años, el 3,91% están entre los 16 – 20 años; el 3,13% están en más de 50 años; el 1,30% están en la edad menor a 15 años.

- **Género**

Tabla 2

Variable	fa	fr
Femenino	198	51,56%
Masculino	186	48,44%
Total	384	100,00%

Gráfico 2



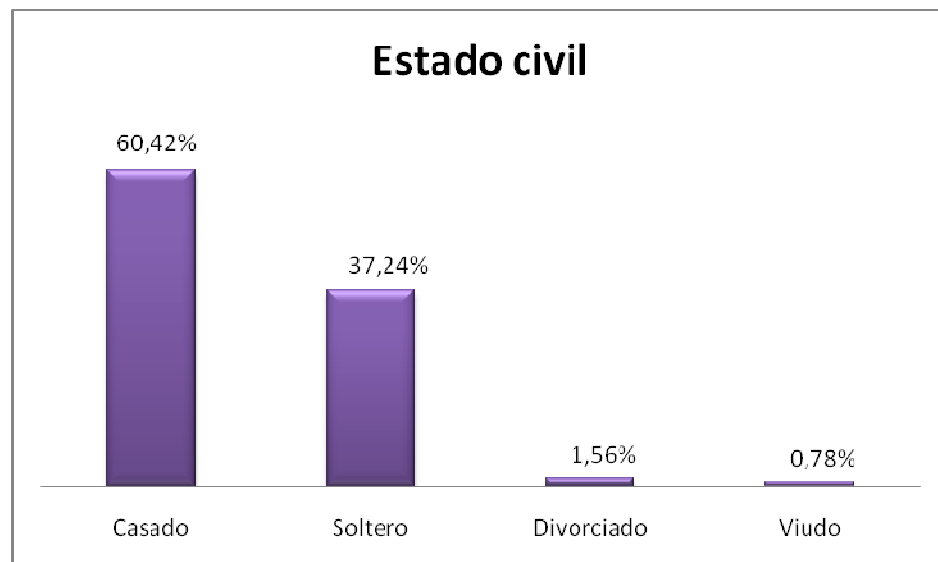
La clasificación por género corresponde al 51,56% que son mujeres y el 48,44% que pertenecen al sexo masculino.

- **Estado civil**

Tabla 3

Variable	fa	fr
Casado	232	60,42%
Soltero	143	37,24%
Divorciado	6	1,56%
Viudo	3	0,78%
Total	384	100,00%

Gráfico 3



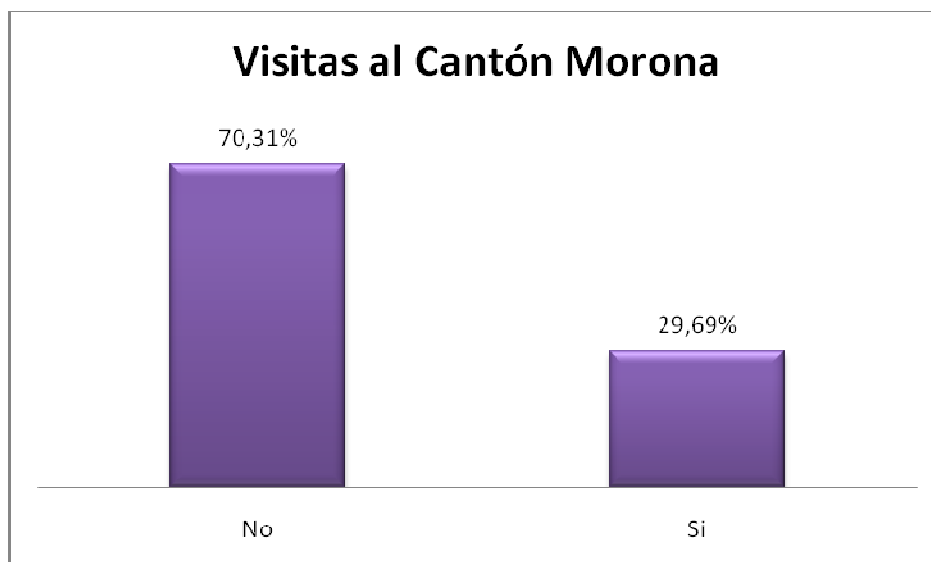
El estado civil de los encuestados se caracteriza porque el 60,42% corresponde a personas casadas y el 37,24% son solteros. Esta información nos indica que al captar este mercado potencial, éstos viajarían con sus familias y representaría el incremento de la demanda turística.

1. ¿A visitado usted alguna vez la ciudad de Macas o alguna parroquia del Cantón Morona?

Tabla 4

Variable	fa	fr
No	270	70,31%
Si	114	29,69%
Total	384	100,00%

Gráfico 4



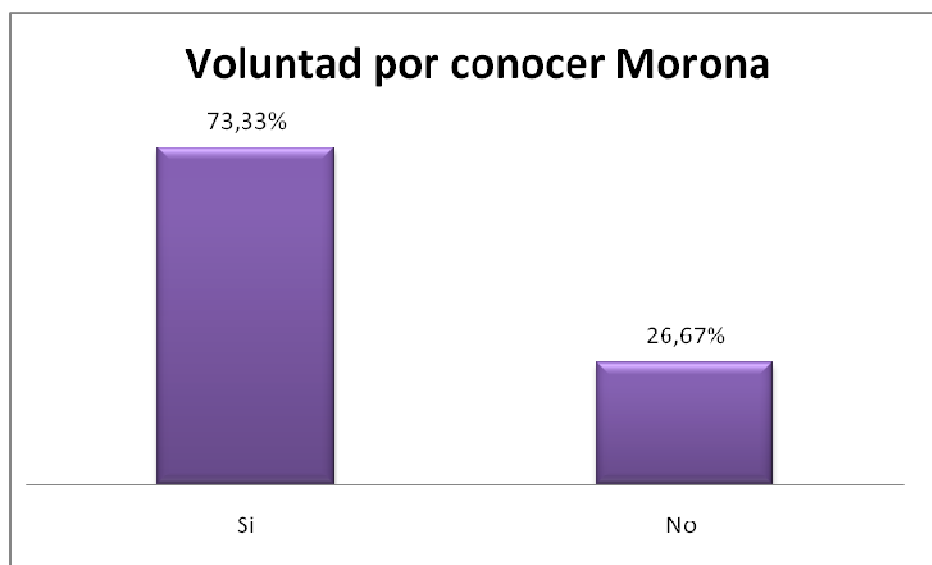
El 70,31% de las personas encuestadas no conoce el Cantón Morona, lo cual nos da una idea clara de que no se ha venido promocionando turísticamente a éste cantón. En tanto que el 29.69% si ha visitado nuestro cantón.

2. ¿Le gustaría conocer los atractivos turísticos que actualmente dispone el Cantón Morona?

Tabla 5

Variable	fa	fr
Si	198	73,33%
No	72	26,67%
Total	270	100,00%

Gráfico 5



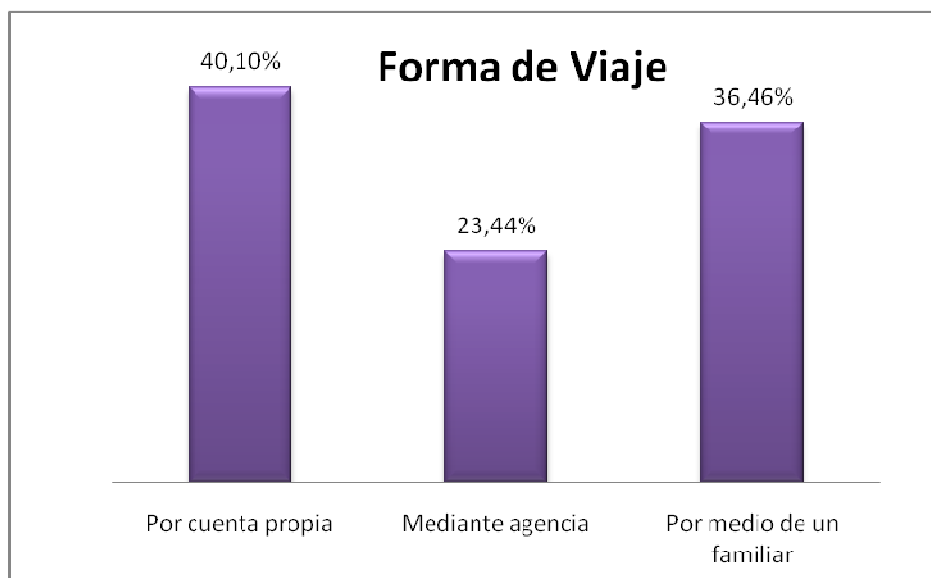
De la población que en la pregunta anterior manifestó no conocer el Cantón Morona; el 73,33% están dispuestos a conocer algún atractivo turístico. Aquello nos indica que tenemos una demanda excelente que se debería aprovechar. El 26,67% prefieren visitar otros lugares.

3. ¿Cómo le gustaría visitar al Cantón Morona?

Tabla 6

Variable	fa	fr
Por cuenta propia	154	40,10%
Mediante agencia	90	23,44%
Por medio de un familiar	140	36,46%
Total	384	100%

Gráfico 6



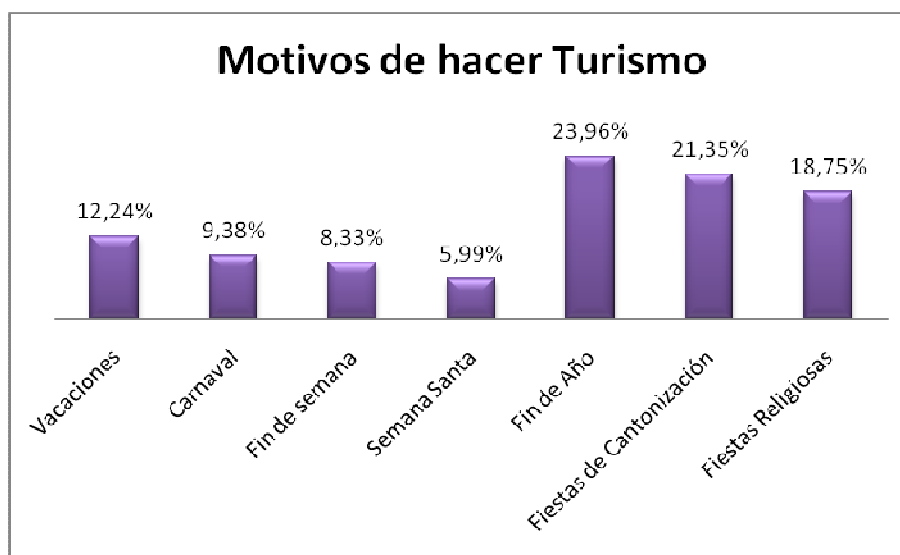
Las personas encuestadas manifiestan que viajarían a conocer el Cantón Morona de manera independiente en el 40,10%, esto indica que planifican personalmente sus desplazamientos. Mientras que el 36,46% visitarían acompañados de un familiar residente. En tanto que el 23,44% de los encuestados en la mayoría turistas extranjeros, utilizarían los servicios que ofrecen las agencias de viajes, para evitar imprevistos, tener comodidad y sentirse seguros en los lugares a visitar.

4. ¿Cuándo le gustaría viajar a la ciudad de Macas y/o al Cantón Morona?

Tabla 7

Variable	fa	fr
Vacaciones	47	12,24%
Carnaval	36	9,38%
Fin de semana	32	8,33%
Semana Santa	23	5,99%
Fin de Año	92	23,96%
Fiestas de Cantonización	82	21,35%
Fiestas Religiosas	72	18,75%
Total	384	100,00%

Gráfico 7



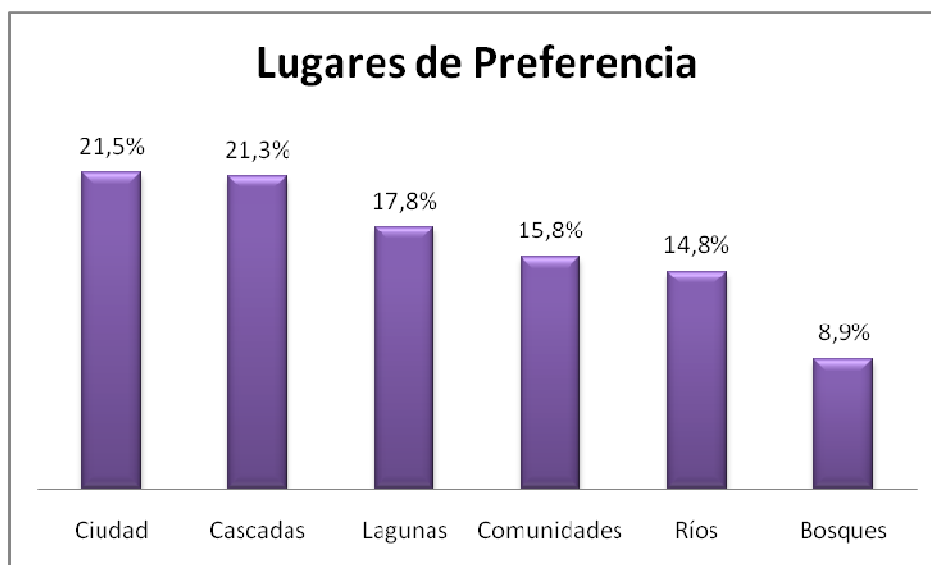
La principal época del año que los encuestados manifiestan estar predispuestos a visitar el Cantón Morona es en el fin de año con el 23,96%, aprovechando el feriado por navidad y año nuevo, además, por visitar a sus familiares y porque en el mes de diciembre se cobra el décimo tercer sueldo. La segunda preferencia con el 21,35%, son las fiestas de cantonización que se celebran el 29 de Mayo, con el fin de conocer la cultura y costumbres macabeas. Finalmente la tercera opción con el 18,75% son las fiestas juradas de la Purísima de Macas que se celebran el 18 de febrero y el 5 de agosto.

5. ¿Qué lugares le gustaría visitar de Morona?, señale tres opciones

Tabla 8

Variable	fa	fr
Ciudad	248	21,5%
Cascadas	245	21,3%
Lagunas	205	17,8%
Comunidades	182	15,8%
Ríos	170	14,8%
Bosques	102	8,9%
Total	1152	100,0%

Gráfico 8



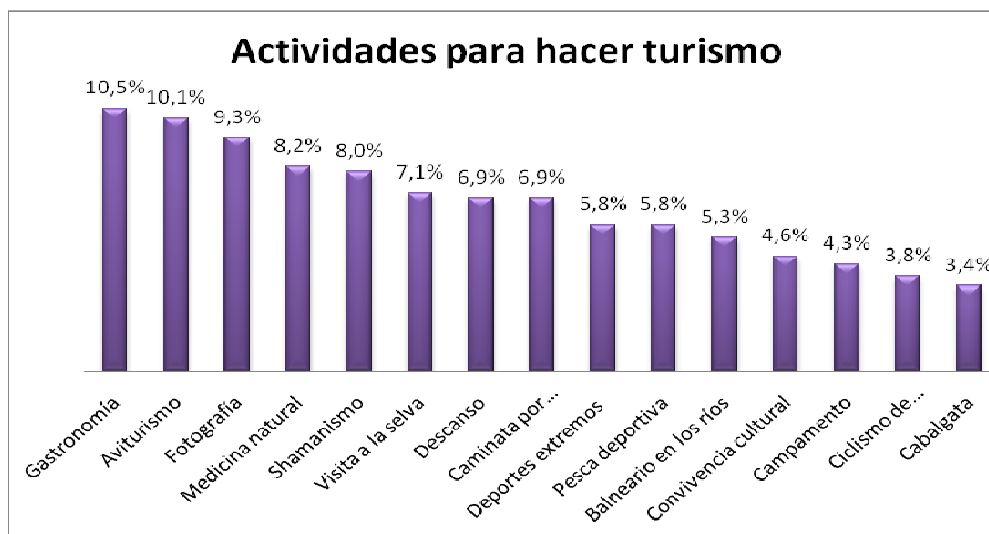
Sobre los lugares o atractivos que les gustaría conocer a los potenciales turistas, manifiestan como primera opción la ciudad de Macas con el 21,5%, como segunda opción las cascadas con el 21,3%, en tercer lugar las lagunas con el 17,8%, en cuarto lugar están las comunidades Shuar y sus ríos con un 15,8% y 14,8% respectivamente; y finalmente los bosques con el 8,9%. Esto muestra la tendencia que sienten las personas por conocer principalmente la ciudad en sí, seguido por disfrutar la tranquilidad o aventura que brindan las cascadas y lagunas. Sin descartar la inclinación por conocer las comunidades indígenas, su cultura y su entorno natural.

6. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Tabla 9

Variable	fa	fr	Variable	fa	fr
Gastronomía	108	10,5%	Deportes extremos	60	5,8%
Aviturismo	104	10,1%	Pesca deportiva	60	5,8%
Fotografía	96	9,3%	Balneario en los ríos	55	5,3%
Medicina natural	84	8,2%	Convivencia cultural	47	4,6%
Shamanismo	82	8,0%	Campamento	44	4,3%
Visita a la selva	73	7,1%	Ciclismo de montaña	39	3,8%
Descanso	71	6,9%	Cabalgata	35	3,4%
Caminata por senderos	71	6,9%	Total	1029	100,0%

Gráfico 9



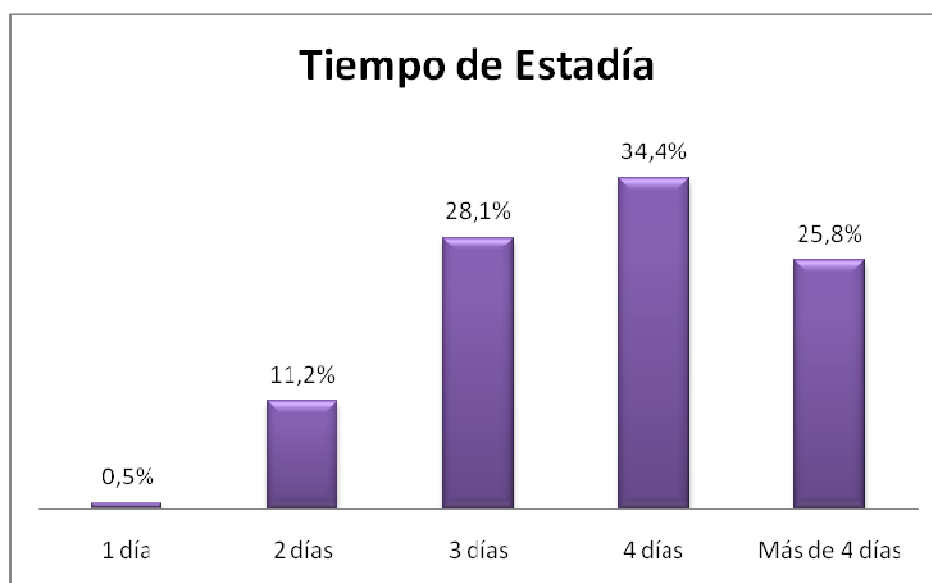
Entre las principales actividades preferidas por la población encuestada esta la degustación de la comida típica de la ciudad de Macas y de las comunidades Shuar con un 10,5%; El aviturismo con el 10,1%; la fotografía de la flora y fauna con el 9,3%; la práctica de la medicina natural con el 8,2%; participar en los ritos del shamanismo con el 8%; visita a la selva en un 7,1%; caminata y descanso en un 6,9%. Estas preferencias deben ser aprovechadas y explotadas para la venta de los productos turísticos.

7. ¿Cuántos días está dispuesto a permanecer en el cantón Morona con fines turísticos?

Tabla 10

Variable	fa	fr
1 día	2	0,5%
2 días	43	11,2%
3 días	108	28,1%
4 días	132	34,4%
Más de 4 días	99	25,8%
Total	384	100,00%

Gráfico 10



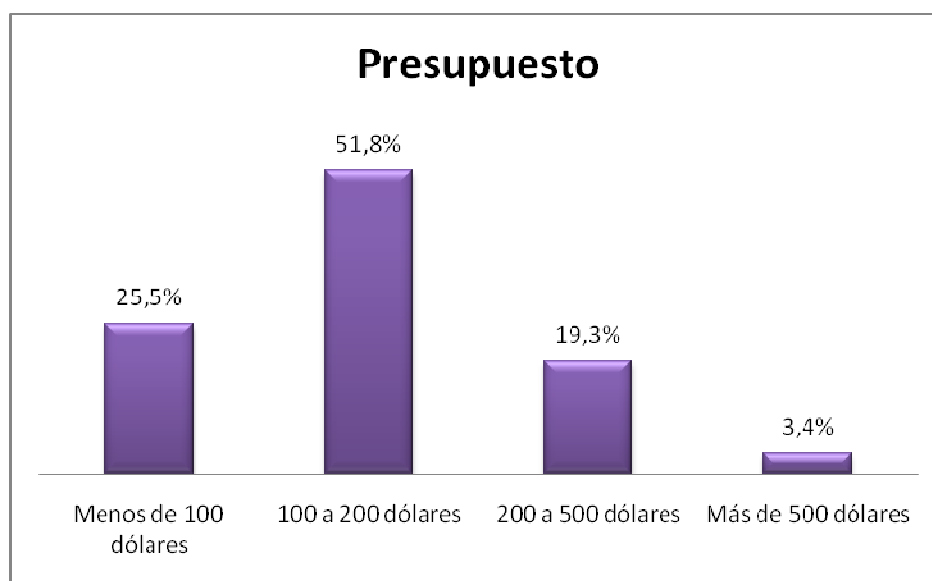
El 34,4% de las personas encuestadas están dispuestas a permanecer 4 días para cumplir las actividades en los atractivos turísticos de su preferencia; el 28,10% tiene disponibilidad para 3 días y el 25,8% para más de 4 días. De la misma manera la información aquí obtenida determina la duración del itinerario de los productos que se ofertarán, impulsando la tendencia de pernoctar en el lugar para que se incremente el beneficio económico en las poblaciones locales.

8. ¿Qué presupuesto lo destinaría para hacer turismo en el Cantón Morona?

Tabla 11

Variable	fa	fr
Menos de 100 dólares	98	25,5%
100 a 200 dólares	199	51,8%
200 a 500 dólares	74	19,3%
Más de 500 dólares	13	3,4%
Total	384	100,00%

Gráfico 11



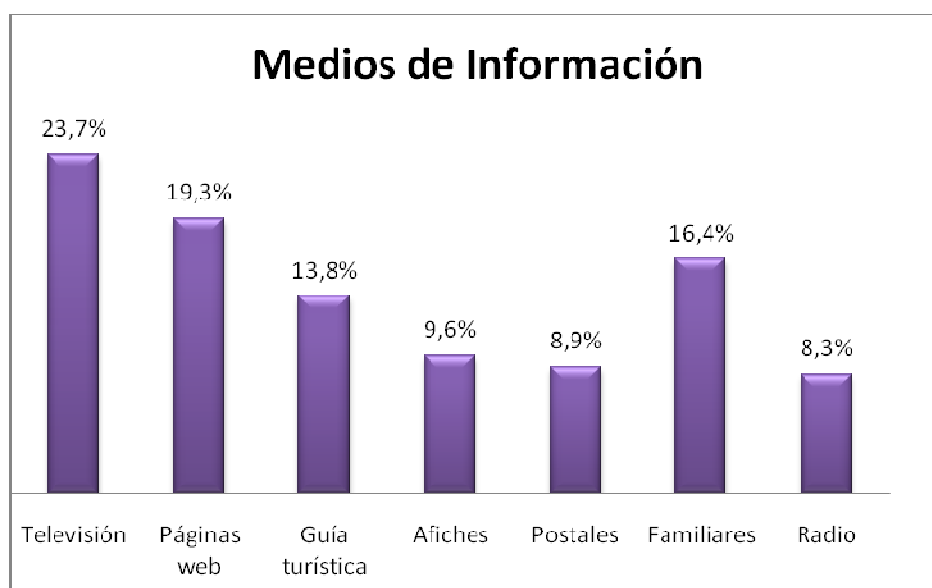
El poder adquisitivo de los encuestados se refleja en el gasto diario que cada turista puede cubrir en su estadía; en este sentido, el 51,8% están dispuestas a invertir de 100 a 200 USD por los servicios prestados; seguido del 25,5% que dispondría de hasta los 100 USD; luego tenemos al 19,30% que podría solventar de 200 a 500 USD y finalmente al 3,4% que destinarían mas de USD 500 en las que figuran principalmente los turistas extranjeros.

9. ¿Por qué medio acostumbra a informarse sobre temas turísticos?

Tabla 12

Variable	fa	fr
Televisión	91	23,7%
Páginas web	74	19,3%
Guía turística	53	13,8%
Afiches	37	9,6%
Postales	34	8,9%
Familiares	63	16,4%
Radio	32	8,3%
Total	384	100,00%

Gráfico 12



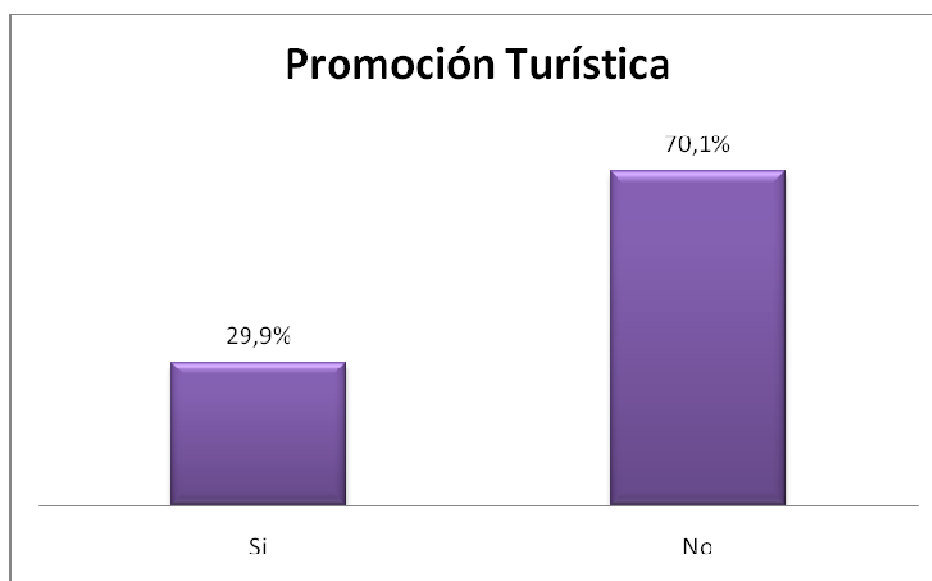
Se debe tomar muy en cuenta la forma de como los turistas acostumbran a informarse sobre los lugares turísticos para determinar el mejor mecanismo de promoción de los productos. En este sentido las personas encuestadas manifiestan haberlo hecho a través de los siguientes canales: el 23,70% por medio de la televisión; el 19,30% a través del internet; el 16,40% a través de algún familiar; el 13,8% mediante las guías turísticas y el 9% con afiches, postales y por las emisoras locales.

10. ¿Conoce si el Municipio de Morona realiza campañas de difusión de los lugares turísticos de su Cantón?

Tabla 13

Variable	fa	fr
Si	115	29,9%
No	269	70,1%
Total	384	100%

Gráfico 13



La gestión de información sobre turismo del Municipio del Cantón Morona es nula; así lo confirma el 70,1% de los encuestados que no conocen ninguna campaña desplegada en este sentido. Únicamente el 29,9% tiene alguna información porque han visitado la página Web. Esta realidad nos da la fortaleza para desarrollar una verdadera estrategia de marketing a fin de promocionar los atractivos turísticos del Cantón Morona.

2.2.2 Conclusiones de la Investigación.

- La demanda potencial por visitar el Cantón Morona es del 70,31% de la población económicamente activa, de éste porcentaje encontramos que el 73.33% es la demanda efectiva que está dispuesta a realizar turismo en nuestro cantón.
- El 76,56% de los potenciales turistas visitarían el Cantón en forma personal y/o invitados por algún familiar residente en la ciudad de Macas. Sin embargo el 23,44% lo harían por medio de una agencia de viajes. He aquí la importancia para las operadoras de poner énfasis en captar el mercado individual a fin de que se inclinen por el uso de paquetes turísticos.
- La temporada privilegiada para el turismo local manifestada por los encuestados es el fin de año, aprovechando el feriado por navidad y año nuevo; sin embargo muchos prefieren visitar Macas en las festividades de cantonización (29 de mayo) y en las fiestas juradas de la Purísima de Macas (18 de febrero y 5 de agosto).
- La prioridad en cuanto a los atractivos turísticos está en primer lugar conocer la ciudad de Macas, su gastronomía, su cultura y su gente; seguido de los encantos naturales de las cascadas, ríos, bosques, y visitar las comunidades Shuar para participar de los mitos y sus costumbres de habitar con la naturaleza. La actividad preferida es el turismo de aventura especialmente en el caudaloso río Upano.

- El tiempo que los turistas dedicarían para visitar el Cantón Morona está de tres a cuatro días y el presupuesto promedio que lo destinarían oscila entre los 100 y 200 dólares.
- Los medios de información por medio de los cuales los turistas se informan de los lugares turísticos en el Cantón Morona, son principalmente la televisión y el internet, debiendo poner mucho énfasis en la formulación de la estrategia ya que solo el 43% utilizan estas dos herramientas.
- El 70,10% de los encuestados desconocen de alguna campaña informativa desplegada por el Municipio del Cantón Morona sobre turismo, lo que se debe impulsar por medio de ésta investigación para promocionar de mejor manera nuestros atractivos turísticos.

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Considero necesario realizar un análisis de la oferta turística del Cantón Morona (Macas), por lo cual empezaré con los siguientes aspectos:

2.3.1. Transporte Terrestre y Aéreo

Para llegar a la ciudad de Macas o a las parroquias del Cantón Morona se dispone los siguientes medios de transporte:

CUADRO N. 2

TRANSPORTE TERRESTRE			
Empresa	Ruta	Costo \$	Contacto
Turismo Oriental	Cuenca-Macas	8.50	(07)2 700 159
Macas Limitada	Cuenca-Macas	8.50	(07)2 700 869
	Guayaquil- Macas	10.00	
	Riobamba- Macas	5.00	
	Quito-Ambato-Puyo-Macas	8.00	
	Macas-Proaño-San Isidro	0.50	
	Macas-Cuchaentza	1.75	
Cooperativa Riobamba	Riobamba-Macas	5.00	
Transportes Baños	Quito-Ambato-Puyo-Macas	8.00	
Tours San Francisco	Quito-Ambato-Puyo-Macas	8.00	(07)2 700 995
Latinoamérica Express	Quito-Ambato-Puyo-Macas	8.00	099369 241
Ciudad de Sucia	Cuenca-Macas	8.00	(07)2 700 397
	Gualaquiza-Macas	8.00	
Centinela del Oriente	Quito-Ambato-Puyo-Macas	8.00	(07)2 702 490
16 de Agosto	Gualaquiza-Macas	8.00	(07)2 701 097
	Cuenca-Macas	8.00	
Orient Rut	Mendez-Macas	2.50	(07)2 760 000
Valle del Upano	Mendez-Macas	2.50	(07)2 701 095
Rayo de Luna	Intraparroquiales	0.50	(07)2 702 662

Fuente: Municipalidad del cantón Morona y Cámara de Turismo.
Elaborado por: Johana Noguera J.

CUADRO N. 3

TRANSPORTE AÉREO			
Empresa	Rutas	Costo	Contacto
TAME	Quito-Macas	66.50	0593 (07)2 702 162/ 978
SAÉREO	Quito-Macas	67.95	

Fuente: Municipalidad del cantón Morona y Cámara de Turismo.
Elaborado por: Johana Noguera J..

2.3.2. Agencias de Viaje y Operadoras de Turismo

El Cantón Morona cuenta con cinco agencias de viajes u operadoras de turismo legalmente reconocidas por el Ministerio de Turismo, las mismas que tienen como prioridad ofertar paquetes turísticos y lugares atractivos del Cantón Morona y Provincia Morona Santiago. Estas operadoras son:

CUADRO N. 4

AGENCIAS DE TURISMO			
Establecimiento	Actividad	Costo Promedio/persona	Contacto
Insondu Mundo Shuar	Guía turística, tours a la selva, turismo de aventura, conocimiento cultural.	50.00	0593(07)2 702533
Orient Travel	Venta de pasajes aéreos, tours, servicio de encomiendas al extranjero.	60.00	0593(07)2 700371
Tsuirim Viajes	Guía turística, tours a la selva.	50.00	0593(07)2 701681
Tsunkinua Expeditions	Guía turística, tours a la selva, turismo de aventura, expediciones.	50.00	093 553 326
Planeta Tours	Guía turística, tours.	50.00	0593(07)2 701328
Miazal Expeditions S.A.	Expediciones a la selva, especialmente a Miazal.	150.00	2701981

Fuente: Municipalidad del cantón Morona

Elaborado por: Johana Noguera J.

2.3.3. Establecimientos de Alojamiento

El Cantón posee 21 establecimientos de alojamiento reconocidos por el Ministerio de Turismo, los cuales pueden llegar a albergar a 704 personas en habitaciones de primera, segunda y tercera categoría.

CUADRO No. 5

Razón social	Categoría	Habitaciones	Camas	Costo/ Persona/día	Contacto
Cabañas					
Yuquipa	Tercera	6	12	7.00	2700-071
Tsurin Jea Miazal	Tercera	5	10	7.00	2701-981
Del Valle	Segunda	10	36	8.50	2700-226
Hostales					
Heliconia	Primera	23	48	12.00	2701-956
Casa Blanca	Segunda	12	25	8.50	2700-195
La Liria	Segunda	17	31	8.50	2701-922
Milenio	Segunda	13	26	8.50	2700-805
Hostal Residenciales					
California	Segunda	15	27	8.50	2701-237
La Orquídea	Segunda	24	53	8.50	2700-970
Acapulco	Tercera	12	18	7.00	2700-713
Canelos N° 1	Tercera	20	37	7.00	2700-133
Emperatriz	Tercera	12	20	7.00	2700-748
Esmeralda	Tercera	13	24	7.00	2700-130
Hosterías					
Manzana Real	Primera	26	42	15.00	2700-637
San Andrés	Segunda	14	35	10.00	2702-281
Hoteles					
Sol de Oriente	Segunda	32	66	8.50	2702-911
Hotel Residenciales					
Peñón del Oriente	Tercera	40	80	7.00	2700-124
Esplendí	Tercera	42	69	7.00	2700-120
Pensiones					
Canelos N° 2	Tercera	8	17	6.00	2700-133
Cumbe	Tercera	8	17	6.00	86484964
Macas	Tercera	7	11	6.00	2700-254
TOTAL		359	704		

Fuente: Catastro Municipal 2007
 Elaborado por: Johana Noguera J.

2.3.4. Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Existen una variedad de locales y restaurantes en los que se puede degustar, tanto comida típica, como nacional e internacional. Los locales en su mayoría se encuentran ubicados en la ciudad de Macas, lo que hace que esta sea la principal receptora de turistas a nivel cantonal y provincial.

CUADRO N. 6

RESTAURANTES			
Establecimiento	Menú	Costo promedio	Contacto
Chifa Pagoda	Comida China	3.50	(07)2700280
Chifa Nueva China	Comida China	2.50	09 3 464 451
La Italiana Pizzería	Variedad en Pizzas	4.00	(07)2701658
Charlot	Desayunos almuerzos y meriendas	2.00	(07)2700810
Chaplin	Desayunos almuerzos y meriendas	1.75	(07)2702674
Chelos Steak House	Platos a la carta y parrilladas	5.00	(07)2700671
Rincón Manabita	Platos a la carta y mariscos	4.00	(07)2702340
Rico Pollo EL Turco	Pollo asado	2.00	(07)2700643
Charito	Desayunos almuerzos y meriendas	1.50	
El Rincón del Sabor	Desayunos almuerzos y meriendas	1.50	(07)2701658
Mariaqueria Orkos	Variedad en mariscos	4.00	(07)2700491
Marisquería el Sabor del Mar	Variedad en mariscos	4.00	2700-322

Fuente: Municipalidad del cantón Morona
Elaborado por: Johana Noguera J.

CUADRO N. 7

CAFETERÍAS, HELADERÍAS Y BARES.			
Establecimiento	Menú	Costo promedio	Contacto
La Maravilla	Comida típica, bebidas	2.00	07 2 700 758
Damasco	Bebidas	1.00	09 7 201 966
Totto Fredo	Comida rápida, bebidas	2.00	
Cinamoon	Bebidas	1.00	07 2 700 443
The Sándwich Palace	Comida rápida-bebidas	2.00	09 4 823 813
Amigos Cocoram	Heladería	1.00	
Pinguino	Heladería	1.00	07 2 700 438
Manantial	Heladería	1.00	07 2 700 828
Krazy kream	Heladería	1.00	07 2 701 078

Fuente: Municipalidad del cantón Morona
Elaborado por: Johana Noguera J.

CUADRO N. 8

DISCOTECAS			
Establecimiento	Servicios	Costo promedio	Contacto
Acuario	Música-bebidas	5.00	07 2 702 601
Las Pencas No. 9	Matiné	2.00	07 2 701 649
Balcón del Río	Música-bebidas	5.00	07 2 702-508

Fuente: Municipalidad del cantón Morona
Elaborado por: Johana Noguera J.

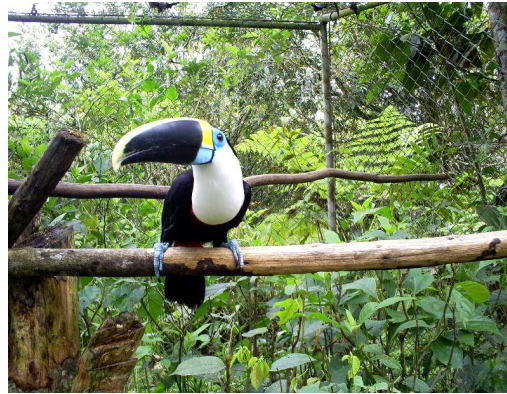
2.3.5. Atractivos Turísticos

Existen un gran número de centros de recreación ubicados en la zona de influencia a la ciudad de Macas, en ellos se puede hacer caminatas, pesca, deporte, natación, descanso, relajamiento, admirar la variada flora y fauna, degustación de gastronomía típica, etc.

Entre los principales mencionamos los siguientes:

Granja Eco Turística Huerto El Edén

Ubicado en la parroquia General Proaño. Es un centro de rescate de fauna, producto del decomiso a los traficantes de vida silvestre, Se puede realizar también deportes, caminatas, visita al zoológico, recreación en botes, etc. Para contactos llamar al teléfono 2703-630. El costo promedio por persona es USD. 5.00



Cabañas Rancho Grande

Situado en la vía Macas-San Isidro. Cuenta con cabañas de paja y quinchá, camping, áreas de juego, peceras, bar. Teléfono de contacto al 2700-342. Costo Promedio por persona USD 4.00

Cabañas Huachito

Localizado en el Km 8 de la vía Macas-San Isidro. Dispone de cabañas, trapiche, pesca deportiva, áreas de camping, canchas deportivas, bar. Para contactos llamar al teléfono 2700-692. El costo promedio por persona es USD 4.00



Complejo Turístico Las Tolitas

Localizada en la vía a la parroquia San Isidro. Cuenta con servicio de bar, piscinas para natación, sauna, hidromasaje, deporte, hospedaje, pesca, caminata, alimentación, y recreación. Para contactos llamar al teléfono 2700-086. El costo promedio por persona es USD 15.00



Hostería Arrayán y Piedra

Situada en el Km 10 de la vía Macas-Puyo. Dispone de amplias zonas de recreación, áreas de juego, restaurante, salón de recepciones, y escalinatas que le conducen hacia el río Upano, bar, guía. Para contactos llamar al teléfono 2701-892. El costo promedio por persona es USD 15.00

Parque Natural Séptimo Cielo

Ubicado en el km 3 de la vía Macas-Puyo. Dispone de canchas, huertos, bosque secundario, senderos, orquídeas, plantas ornamentales, comida típica y venta de artesanías y recuerdos. Para contactos llamar al teléfono 2702-798. El costo promedio por persona es USD 5.00



Complejo Turístico San Andrés

Localizado en la parroquia Río Blanco Cuenta con canchas deportivas, comida típica, hospedaje, recepciones, eventos culturales, piscinas, hostería. Para contactos llamar al teléfono 2702-283. El costo promedio por persona es USD 15.00



Cabañas Nantar



Ubicado en Buena Esperanza. Es una reserva ecológica formada por bosque primario se puede realizar navegación, paseo, observación de flora y fauna, avisturismo, música, danza shuar, alimentación y hospedaje. Para contactos llamar al teléfono 0910111075. El costo promedio por persona es USD 10.00.

El Balcón del Río

Situado en el Km 6 de la vía Macas-Puyo. Cuenta con canchas deportivas, mirador al Upano, piscinas, hidromasaje, sauna, turco, servicio de bar, restaurant, karaoke y cabañas. Para contactos llamar al teléfono 2702-508. El costo promedio por persona es USD 10.00



Complejo Deportivo las Cascadas

Ubicado en el valle del Río Upano. Su atracción es la caída de agua de 8 metros de altura aproximadamente, tobogán, piscina, cabañas. Para contactos llamar al teléfono 2700-342. El costo promedio por persona es USD 5.00



Catedral Purísima de Macas

Localizado en el centro de Macas junto al parque cívico. Es el Santuario Catedral construido por los fieles como reconocimiento a la Virgen por los milagros recibidos. Allí se pueden apreciar vitrales que nos recuerdan la historia de la transformación y la devoción a la Purísima de Macas.

Complejo Municipal las Piscinas

Ubicado en el barrio Amazonas de Macas. Aquí se puede hacer natación, deporte, fotografía, descanso y observación panorámica del Río Upano. Seguridad, bar y salvavidas. El costo promedio por persona es USD 3.00.



Parque Recreacional

Ubicado en Macas en el barrio Mirador. Este lugar se constituye en un centro de atracción turística por su fotografía, paisaje, plantas típicas, tranquilidad y vista al río Upano.



Valle del Upano

Localizado al este de Macas, en los márgenes del río Upano; lugar apto para caminatas, fotografía, rafting, observación de flora.

Parque Nacional Sangay

Situado en las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Morona Santiago, ésta con el 85% de la superficie total. Es una de las áreas protegidas más impresionantes por su gran riqueza biológica, ecológica y cultural. Declarado Patrimonio Natural de la Humanidad en 1983. Ideal para la observación de flora y fauna, trekking, recreación, regatas, fotografía y canotaje, guía turístico.



Para contactos llamar al teléfono 2702-368. El costo promedio por persona es USD 2.00 Nacionales y USD 10.00 Extranjeros

Centro de Interpretación del Parque Nacional Sangay.

Ubicado en las oficinas del Ministerio del Ambiente de Macas, y ahí se puede encontrar la Información sobre la flora fauna hidrología y volcanes que conforman el Parque Nacional Sangay. También tiene una maqueta del Parque, videos ambientales, sala de Conferencias y Audiovisuales. Para contactos llamar al teléfono 2702-368



Lagunas de Sardinayacu



Situada en el Parque Nacional Sangay, es un sistema de 5 lagunas que se forman de los deshielos del volcán Sangay; ideal para pesca deportiva, camping, caminatas y fotografía por la belleza de sus escenarios. Guía turístico. Para contactos llamar al teléfono 2702-368. El costo promedio por persona es USD 2.00 Nacionales y USD 10.00 Extranjeros.

Bosque Protector Domono

Localizado en la comunidad de Domono, con vegetación primaria, ideal para observación de paisajes caminatas por senderos descaso, pesca deportiva



La Cascada de Cugusha, Zùnac y Rio Playas.

Localizadas en la parroquia Zùnac, son un conjunto de cascadas aptas para escalar, observar la flora, fauna y paisaje. Una de las más impresionantes del Parque Nacional Sangay, con una caída de agua mayor a los 30 mts y rodeada de bosques primarios. Para contactos llamar al teléfono 2702-368. El costo promedio por persona es USD 2.00 Nacionales y USD 10.00 Extranjeros.



Cascadas del Alto Macuma

Conjunto de cascadas situadas en la parroquia Cuchaentza, ofrecen una exuberante flora, fauna, paisajes, aptos para fotografía, camping caminata e interpretación ambiental.

Comunidad de Miasal

Ubicado al Sureste de Morona Santiago a 25 minutos en avioneta desde Macas. Es una comunidad Shuar que permite conocer sus costumbres y tradiciones, lugar propicio para fotografía caminatas, observación de cascadas, pesca deportiva, medicina natural y rituales. El costo promedio por persona es USD 10.00.



Cabañas Yuquipa

Localizado en Sevilla Don Bosco, junto al río Yuquipa. Ideal para paseo a canoa, kayak, regatas, natación, pesca deportiva y hospedaje. Para contactos llamar al teléfono 2700-071. El costo promedio por persona es USD 5.00



Cabañas Bellavista

Ubicados en el Km 8 de la vía Macas Riobamba, dispone de canchas deportivas, natación en el río Jurumbaino, y servicios para eventos sociales. El costo promedio por persona es USD 4.00.

Museo de la Casa de la Cultura

Situado en el centro de Macas. Comprende un conjunto de 500 piezas exhibidas entre pétreos, líticos, cerámica, fósiles, documentos, artesanías, objetos de uso domésticos de culturas antiguas de los Macas y de la cultura Shuar, charlas arqueológicas, etnográficas, fotografía. Horario de lunes a viernes de 9H00–12H00 y 14H00–17H00.



Mirador de la Loma del Quílamo

Localizado en el cerro del mismo nombre al oeste de la ciudad de Macas. Se encuentra a 1.404 metros. Mirador que permite ver panorámicamente la ciudad de Macas, el Valle del río Upano., bosque, plantas como bromelias y heliconias. Al momento se construye un monumento en honor a la Virgen Purísima de Macas.



CAPITULO III

PLAN DE MARKETING

El Cantón Morona se encuentra localizado en la Provincia de Morona Santiago, en pleno centro de la Amazonía Ecuatoriana. Este cantón tiene una buena posición estratégica por ser capital de provincia, además, por su ubicación geográfica caracterizada por una gran riqueza en biodiversidad, lo cual le convierte en un lugar estratégico para el desarrollo de la actividad turística a este factor se suma la riqueza cultural, un exquisito clima, la amabilidad de su gente, entre otros, lo que favorece para desarrollar un turismo garantizado. Todos estos atractivos pueden ser promocionados para incentivar al turista nacional e internacional a visitarlo, a su vez la población del cantón tendrán una nueva fuente de ingresos para mejorar sus niveles de vida socio-económicos.

La elaboración de este Plan de Marketing Turístico permitirá a todos los turistas que viajan por diferentes partes del Ecuador a tener un nuevo destino turístico. Ayudará a planificar y organizar un nuevo recorrido, para lograr que el Cantón Morona y la Provincia de Morona Santiago estén dentro del mapa de destinos turísticos del país.

3.1 ESTABLECIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN

3.1.1 Misión

Según el I. Municipio del Cantón Morona, la misión en el campo turístico es:

Desde el 2009 el Cantón Morona será turístico e implementa una estrategia de desarrollo centrada en el ser humano y en el manejo sostenible de los recursos naturales.¹³

¹³ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo.

3.1.2 Visión

Según el I. Municipio del Cantón Morona, la visión en el campo turístico es:

El Municipio del Cantón Morona será una institución moderna, competitiva, y dinámica en la actividad turística. Regula la prestación de servicios a través de ordenanzas. Facilita procesos de promoción, organización, capacitación e inversión. Convoca la participación a los transportistas, empresarios, hoteleros, comunidades y ciudadanía para que el Cantón Morona sea sustentable y sostenible.¹⁴

3.1.3 Análisis de Variables que Promoverán el Turismo en el Cantón Morona

El turismo es una alternativa productiva de generación de empleo e ingresos. El sector turístico está capacitado para vender productos turísticos. Se lograría realizar a través de los siguientes puntos:

1.- Mejoramiento vial: esta es la prioridad número uno del Cantón Morona, la Provincia Morona Santiago y la Amazonía Ecuatoriana para su desarrollo socioeconómico como turístico y medio ambiental.¹⁵

2.- Mejorar la planta turística existente (4A): alojamiento -alimentación- amenidades- anexos. Crear una red de alojamiento, alimentación, amenidades y anexos de alta calidad con un valor agregado por contar con recursos turísticos diferenciados.¹⁶

¹⁴ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo.

¹⁵ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo

¹⁶ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo

3.- Diseño de productos: turísticos, etno culturales, de aventura y comunitarios. La descentralización del Parque Nacional Sangay exige la creación de una Corporación Ecoturística Ambiental anexa al Municipio de Morona, para su buena administración.

La creación del centro Comunitario en San Luis, constituirá el eje para atraer hacia la zona el turismo étnico shamánico, medicinal, artesanal, y de turismo rural y de aventura. El desarrollo de las cascadas del Alto Macuma, servirá para atraer a jóvenes que buscan el turismo de aventura (trekking, rafting) y sitios de observación de la naturaleza.¹⁷

Los quince proyectos que deberán desarrollarse para fortalecer la oferta turística del Cantón Morona son:

1. Parque Nacional Sangay,
2. Proyecto de Mirador del Quilamo,
3. Proyecto Mirador Upano y Funicular a Guapula: en río Upano,
4. Parque Lineal del Jurumbaino,
5. Desarrollar el Parque Etno - Botánico del CREA,
6. Proyecto de inventario turístico de Morona,
7. Proyecto Ruinas de Guapula,
8. Proyecto de señalalética para Morona
9. Proyecto de turismo de aventura, deporte y naturaleza en las cascadas del Alto Macuma,
10. Proyecto de turismo comunitario en la parroquia San Luis,
11. Proyecto de centro de información para Morona,
12. Proyecto de embellecimiento urbano y rescate de la arquitectura vernácula de Macas,
13. Proyecto del Terminal terrestre para Macas,
14. Proyecto Aguas Termales Miazal
15. Proyecto Museo Etno Cultural Shuar en Macas

¹⁷ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo

4.- Promoción y Comercialización:¹⁸

4.1 Creación de una oficina ITUR: servirá como centro de información y atención al turista y un punto de difusión de la oferta empresarial y de recursos y atractivos.

4.2 Diseño de una pagina Web: la pagina Web turística de Morona deberá estar actualizada con: rutas, paquetes, calendarios folklórico y eventos.

4.3 Estructuración de paquetes turísticos temáticos: integrados al mayor número de actores locales y con itinerarios supra cantonales.

4.4 Diseño de estrategias con operadoras mayorista nacionales e internacionales: acciones promocionales conjuntas.

4.5 Crear en Quito y Guayaquil un centro promocional de la Amazonía o de Morona para sumar esfuerzos y atraer mayor número de turistas.

5.- Capacitación y Concienciación.-

Capacitación para los prestadores de servicios: alojamiento, alimentación, diversiones, transporte, si mejoramos la calidad de los servicios, el turismo mejorara así como el empleo y la riqueza.¹⁹

Concientización turística en la educación a nivel básico, medio y universitario. Concienciación en la ciudadanía, si mejora la receptividad en la comunidad mejorará la empatía hacia los turistas.

¹⁸ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo

¹⁹ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo

3.2 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL MERCADO

3.2.1 Fuerzas de Competitividad según M. Porter

Según el marco conceptual propuesto por Michael E. Porter, la competitividad de un sector económico como el turístico está determinada por seis dimensiones fundamentales.

Estos atributos y la interacción entre ellos explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en una región determinada. A continuación desarrollamos cada uno de ellos:

✓ Condiciones de los Factores:

El Cantón Morona es el más importante de su provincia, ya que en éste existen la mayor infraestructura general tanto de hoteles, restaurantes, sitios de distracción etc., además hay una gran costo del factor de trabajo y sobre todo su ubicación es estratégica ya que esta en el centro de la provincia lo cual ayuda a llegar con facilidad y sobre todo es el centro de operaciones de negocios, turismo, etc.

Los factores productivos especializados que el cantón está analizando y utilizando para hacer crecer su sector turístico son:

- Sus recursos naturales específicos
- Recursos humanos especializados
- Transferencia de conocimientos específicos
- Infraestructura física especializada
- Acceso a información específica
- Mejorar la infraestructura vial
- Buscar nuevos productos turísticos

Con estas condiciones de los factores el sector turístico del Cantón Morona está creciendo y se enfoca a ser el centro de operaciones turísticas de toda la Amazonía.

✓ **Condiciones de la Demanda:**

La demanda existente en el sector turístico del Cantón Morona es cada vez mayor, ya que se está trabajando en mejorar muchos factores tales como la infraestructura, información y promoción de cada uno de sus productos esto hace que la mayor demanda que tiene éste cantón sea de turistas nacionales en su gran parte por familias y hombres de buscan aventura en medio de la Amazonía del país, los turistas extranjeros también forman parte de su demanda, éste sector de turistas son más hombres. Según los datos obtenidos en la Unidad de Turismo del cantón, en el año 2008 han visitado 5.860 turistas el Cantón Morona, demostrando de ésta manera su atractivo turístico.²⁰ La demanda interna del sector es de gran importancia ya que su misma gente visita los lugares turísticos despertando así el interés de propios y extraños sobre el sector turístico del cantón.

✓ **Industrias Relacionadas y de Apoyo:**

El Cantón Morona es centro de operaciones de toda la provincia ya que allí se encuentra ubicada la mayor parte de establecimientos educativos, comercios, infraestructura turística y organismos gubernamentales. Es por ello que la cooperación entre todas las organizaciones relacionadas con el desarrollo turístico es muy importante para impulsar y desarrollar la actividad turística como principal fuente de ingresos del cantón. Además es importante la formación o reestructuración de una Cámara de Turismo bien estructurada con objetivos claros y comunes con el resto de los actores como el Municipio, para lograr una buena comunicación entre agencias operadoras y una excelente relación entre todos sus participantes.

²⁰ Municipio del Cantón Morona, Unidad de Turismo

✓ **Estrategia, Estructura y Competencia de la Empresa:**

La rivalidad o competencia que tiene el sector turístico del Cantón Morona es grande ya que está en el centro de la Amazonía, esto da que cada provincia haga lo que mejor para explotar sus recursos naturales. Cabe destacar que cada una de las provincias orientales tiene muchos recursos, esto genera una competencia muy fuerte. La estrategia a utilizar es la de mejorar cada uno de los factores para brindar mejores productos tomando en cuenta la calidad de los servicios y la correcta promoción que son factores importantes en la actividad turística.

✓ **Causalidad:**

La causalidad que tiene el sector turístico del Cantón Morona es muy grande ya que está lleno de bellos recursos naturales y culturales, de excelente calidad, lo que se tiene que hacer es mejorar la información, promoción e infraestructura turística.

✓ **Gobierno:**

El limitado apoyo del gobierno nacional no solo al Cantón Morona sino a todos los demás cantones que existen a lo largo de la región amazónica, es una gran debilidad para desarrollar el sector turístico. Por lo que es necesario despertar el interés del sector privado a fin de invertir en infraestructura, capacitación y promoción de los atractivos turísticos de nuestro cantón.

De los gobiernos locales se tiene toda la predisposición por apoyar al sector turístico pero así mismo no cuentan con los recursos económicos necesarios para contribuir al desarrollo de este sector tan importante en la economía del Cantón Morona.

3.2.2 Análisis de la Cadena de Valor

3.2.2.1 Actividades Primarias

✓ Logística de Entrada:

Las necesidades de los potenciales turistas están relacionadas por el cambio de ambiente, aventura y experiencias nuevas.

Gracias a los paisajes y la belleza natural de los encantos del Cantón Morona; los visitantes y científicos tienen la oportunidad para descansar y relajarse cómodamente, o conocer y compenetrarse en la cotidianidad de las comunidades indígenas que viven muy cerca la impresionante vegetación, fauna, ríos inmensos cascadas, etc. Además de conocer lugares fascinantes que constituyen la muestra vital de la biodiversidad natural del Oriente Ecuatoriano.

✓ Operaciones:

El cantón en lo referente a productos alimenticios o a la comida típica es muy variada y exótica, ofreciéndole al turista diferentes platos preparados con carnes de guanta, danta, cerdo, carachazas, el sancocho de bagre y el popular plato conocido con el nombre de “mayto” que consiste en la preparación de carne y plátano, envuelta en hoja de bijagua. La bebida más generalizada es la guayusa y la popular chicha de yuca, de chonta, de plátano y otras frutas tropicales, por otra parte poseemos la infraestructura física adecuada para la recepción, alojamiento de los huéspedes y de grupos de turistas que vengan a nuestro cantón. Las hosterías y hoteles del lugar brindan comodidades con habitaciones individuales, dobles, matrimoniales, todas están bien equipadas con TV, baño privada etc.

✓ **Logística de Salida:**

El mercado del Cantón Morona está enfocado hacia los turistas locales, nacionales y extranjeros. El propósito es despertar el interés por conocer la Amazonía, visitar nuevos y exóticos destinos turísticos, en donde se pueda descansar rodeado de naturaleza virgen y aprender las bondades que ésta nos puede ofrecer. Además realizar actividades complementarias que el turista lo desee como por ejemplo regatas, rafting, todos estos deportes se practican en el río Upano; observación de flora y fauna nativa, conocer las actividades que suelen realizar las comunidades indígenas, etc.

✓ **Marketing y Ventas:**

Las autoridades del Cantón Morona tiene que tener presente que solo el cambio de imagen y la explotación adecuada bien sus recursos les ayudara a fomentar el turismo local; es por eso que los organismos correspondientes tienen que unirse para realizar una campaña agresiva de publicidad con acciones que fomentan y apoyan la venta del producto mediante la utilización de los siguientes canales:

- TV
- Radio
- Boletines
- Cámara de Turismo.
- Municipio
- Pagina Web
- Trípticos
- Guía Turística del País.
- Por medio de los mismos turistas
- Otros.

✓ **Servicios:**

Este Cantón Morona cuenta con los elementales servicios públicos y privados que ayudan a satisfacer las necesidades de los turistas. Los servicios básicos de agua luz, alcantarillado, terminal terrestre, recolección de basura y otros son administrados por empresas estatales, y los servicios de alimentación, transporte, alojamiento y de diversión son particulares; muchos de ellos se identificó al analizar la oferta del mercado.

3.2.2.2 Actividades Secundarias

✓ **Compras:**

El Cantón Morona cuenta con inmensa materia prima como lo son sus atractivos turísticos, algunos de estos no son aun conocidos por falta de información turística, promoción y publicidad. El sector público y los actores locales poco a poco están concientizando e impulsando acciones para dar a conocer los lugares o rutas turísticas así como realizando grandes inversiones para mejorar la infraestructura y calidad de los servicios.

✓ **Desarrollo de Tecnología:**

En el Cantón Morona se está haciendo un reinventario de los atractivos turísticos para luego recalificarlos y ver en que escala se encuentra cada uno de ellos, mediante este estudio los organismos competentes tendrán que invertir en nueva tecnología, personal, cambios de infraestructura o readecuaciones para conseguir una imagen competitiva.

El desarrollo que va teniendo el cantón es bueno ya que anteriormente Macas era una ciudad desconocida únicamente de transito, pero con el avance que ha tenido tanto a nivel educativo, social y comercial ha borrado esa imagen de pueblo y hoy se torna en un centro de actividades turísticas del oriente.

✓ **Gestión de Recursos Humanos:**

La Cámara de Turismo en coordinación con el Departamento de Turismo del Municipio, están trabajando por brindar una nueva información y educación a la población para que con ello la actividad turística sea considerada como una imagen de calidad.

✓ **Infraestructura de la Empresa:**

El Cantón Morona cuenta con infraestructura básica destinada al turismo, en los últimos meses ésta ha ido creciendo gracias al aporte principalmente del sector privado, sin desmerecer los esfuerzos que también la Ilustre Municipalidad del Cantón Morona, la Cámara de Turismo, el Consejo Provincial, el Ecorae y otros organismos públicos aportan para el desarrollo del turismo.

3.2.3 Análisis de la Matriz BCG

La matriz BCG (Boston Consulting Group), le permite clasificar a sus productos en 4 categorías según sea la participación de mercado y la tasa de crecimiento del mismo. Esta clasificación se realiza de la siguiente manera:

- Las Vacas lecheras son productos con alta participación de mercado, es decir, que se venden por si mismos, generan altos fondos y utilidades, todas las acciones deben ir destinadas a aprovechar al máximo estos productos y ordeñarlos. La comida típica se identifica con este tipo de producto, ya que es muy variada y exótica, ofreciéndole al turista diferentes platos preparados con carnes de guanta, danta, cerdo, carachazas, el sancocho de bagre, el popular plato conocido con el nombre de “mayto”, el ayampaco, el caldo de novios, los buñuelos. La bebida más popular es la: guayusa, la chicha, etc..

- Los perros son productos que tienen baja participación en el mercado puesto que generan pocos fondos o utilidades. En este caso las acciones deben ir encaminadas a eliminar o controlar esta clase de productos o perros.
- Las interrogantes son una clase de productos que requieren de mucha inversión y de una estrategia bien definida para obtener buenos rendimientos en el mercado. Son un dilema puesto que depende de cómo se formule la estrategia. Un ejemplo claro es la inversión en planta e infraestructura hotelera, en donde se requiere de una gran inversión y de una estrategia de publicidad bien definida para que los turistas conozcan y visiten estos lugares.
- Los productos estrellas son aquellos que requieren en principio de una alta inversión, pero la misma se ve compensada porque la rentabilidad es alta y la inversión efectuada se recupera en poco tiempo. Para esta clase de productos la mejor opción es invertir. El producto estrella que el cantón desea promocionar son los paquetes o tours turísticos.

El Cantón Morona cuenta con un gran potencial turístico a lo largo y ancho de su geografía, esto favorece para que se puedan realizar diversas formas de turismo como es el turismo de aventura que es el más llamativo, el turismo religioso, cultural, medicinal, científico, arqueológico, razón por la cual, se podría armar diferentes tours con diferentes actividades acorde a cada segmento de mercado.

Todos estos paquetes o productos estrellas podrán ser armados conjuntamente entre la Unidad de Turismo del Cantón, la Cámara de Turismo, las agencias operadoras y la propia comunidad, dando facilidad así a los potenciales turistas a tener y poder escoger el tipo de turismo que desee practicar dentro de Morona.

3.2.4 Matriz FORD

✓ Fortalezas

- La hospitalidad y amabilidad tradicional de la población Macabea.
- Situación geográfica estratégica.
- Macas capital administrativa publica de la provincia.
- Buena predisposición política del Municipio del Cantón.
- El Cantón posee gran variedad de atractivos turísticos, tanto naturales como culturales.
- Se cuenta con un aeropuerto en Macas.
- Seguridad ciudadana
- Tiene una infraestructura turística adecuada
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad.
- Se fomenta el turismo comunitario y se capacita a los habitantes de las comunidades en temas del turismo

✓ Debilidades

- Falta de un departamento de turismo bien organizado en el Municipio.
- Problemas de calidad de los servicios turísticos.
- Ausencia de profesionales en turismo.

- Insuficiente y mala información turística: folletos, póster, videos y en los medios de comunicación no promocionan el turismo del cantón.
- No existen centros de información, promoción y difusión turística.
- Existe escasa información por medio de páginas Web.
- Falta de mantenimiento y restauración de los atractivos.
- Poca señalización turística.
- Poco presupuesto para las actividades turísticas en el Estado y en los entes regionales, en el Consejo Provincial y el Municipio.
- Falta de proyectos turísticos.
- Ausencia de un Plan de Marketing en el Cantón.

✓ **Oportunidades**

- El interés de las comunidades indígenas en intervenir en la actividad turística
- Flujo de visitantes tanto del norte como del sur.
- Incremento importante de demanda turística.
- Nuevos inversionistas para el cantón.
- Nuevas plazas de trabajo para la población.
- Mejor aprovechamiento de los recursos turísticos naturales como culturales.
- Existencia de reservas ecológicas y del Parque Nacional Sangay.

✓ **Amenazas**

- Falta de políticas a nivel local para el desarrollo turístico.
- Mala imagen en seguridad del sector.
- Falta de educación en la población.
- Nuevas decisiones de los gobiernos.
- Promoción del turismo sin previa planificación.
- Sobre explotación de los recursos naturales por mucha capacidad de carga.
- Deterioro del medio ambiente y recursos turísticos por la ciudadanía local.
- Amenaza estacional que afecta la transportación y al turismo.
- La situación económica mundial.
- Incumplimiento de ordenanzas

3.3 PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN

✓ **General**

Fortalecer el desarrollo y la promoción turística del Cantón Morona, mediante el mejoramiento de los servicios y recursos turísticos existentes, posicionando al cantón como un destino turístico de importancia en el cual se puede desarrollar turismo de aventura, cultural, gastronómico, botánico, arqueológico, medicinal, religioso, científico, etc.

✓ **Específicos**

- 1 Promocionar al Cantón Morona con su nueva imagen turística tanto a nivel nacional como internacional, con lo cual todas las personas podrán identificar tan solo con ver esta imagen.
- 2 Elaborar estrategias para mejorar, promocionar y comercializar al Cantón Morona como un destino turístico de importancia a nivel nacional e internacional a través de medios publicitarios idóneos como son la televisión, radio, internet, revistas, etc.
- 3 Promover e incentivar el turismo interno y externo con la creación de producto estrella que llamen la atención y capte más turistas para este cantón.

3.4 FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

Una vez que se ha analizado la situación actual del Cantón Morona, de conocer las exigencias y necesidades de los consumidores para proceder a satisfacerlos con una nueva oferta turística, todas las acciones se basarán en las siguientes estrategias:

1. *Estrategia de Diferenciación.*
2. *Estrategia de Crecimiento de Mercado.*
3. *Estrategia Virtual.*

Porque lo que el Municipio busca es centrarse en el mercado y sobre todo en el consumidor, presentando una oferta diferenciada y única en la provincia, a través de una nueva imagen de marca, productos estrellas (tours), publicidad, etc.

Además, lograr un crecimiento significativo del turismo en el cantón y aprovechar la última tecnología virtual para promocionar la oferta turística, todo esto con el firme propósito de que el Cantón Morona llegue a ser considerado como principal destino turístico de la Amazonía.

3.5 PLAN DE ACCIÓN

3.5.1 Componentes del Marketing Mix

3.5.1.1 Producto / Servicio

3.5.1.1.1 Marca

Difundir y promocionar a nivel nacional e internacional la nueva imagen turística que tiene el cantón, (su marca) dentro del turismo por los diferentes medios publicitarios como: la televisión, revistas, ferias, etc.



Descripción:

El logo creado para la marca Macas está formado básicamente por un cuadrado de bordes sinuosos, dentro del cual se encuentran los símbolos estilizados más relevantes de la ciudad de Macas, como son: el volcán activo Sangay, ubicado en la parte superior, en color azul.

Debajo las estribaciones llenas de vegetación que rodean al valle del río Upano, en colores grises azulados; en color verde, al medio, el valle del río Upano; la Iglesia de la Purísima de Macas, en color anaranjado y bordes amarillos; la tupida selva y su exuberante vegetación, donde destacan el árbol de la chonta y el bosque de arrayanes, en color verde oscuro y por supuesto las hojas de guayusa.

La abstracción de la hoja de guayusa sin nervaduras, en color verde oscuro, va ligada al color de la naturaleza tan característico de la Amazonía; así como el honor y la cortesía del pueblo de Macas.

La abstracción de la hoja de guayusa con las nervaduras características de dicha hoja representa a la ciudad de Macas, única parroquia urbana del Cantón Morona, denotándola como símbolo representativo de la cultura Macabea, en color verde limón, propio de dicha hoja.

CUADRO N. 9

FIGURA	COLOR	SIGNIFICADO
Cielo, río	Cyan	Elementos como el aire y el agua.
Volcán Sangay	Azul	Serenidad, sosiego, optimismo.
	Blanco	Paz, pureza. nieve de los Andes
Estribaciones	Grises azulados	Prestigio, lejanía.
Valle del Upano	Verde medio	Fuerza activa y soleada.
Selva tupida	Verde oscuro	Vegetación, frescura, naturaleza.
Iglesia de la Purísima de Macas	Amarillo	Religiosidad, jovialidad.
	Anaranjado	Fuerza activa, tiene un carácter acogedor, calidez dinamismo, energía.
Hojas de Guayusa	Verde limón	Honor, cortesía, civismo.
	Verde medio	Tranquilidad, esperanza y vigor.

3.5.1.1.2 Creación de un Centro de Información Turística (i tur)

La creación de un Centro de Información Turística llamado i tur mejorará el nivel de aceptación hacia el cantón ya que será un centro de información que ayude a desarrollar y fortalecer de mejor manera esta actividad. Este centro brindará información correcta y adecuada de cada uno de los atractivos turísticos del cantón así como información general de la provincia, también proporcionará material promocional a los interesados. Esta dependencia estará a cargo del Municipio del Cantón Morona y se ubicará en un lugar estratégico de la ciudad de Macas.

3.5.1.1.3 Mejoramiento de la Vialidad

Siempre se ha dicho o pensado que la vialidad de la región amazónica es la peor, esto está impregnado en la mente del turista lo que ocasiona que no decidan visitar el Oriente Ecuatoriano. Pero hoy en día esto está cambiando, ahora se dispone de vías asfaltadas de primer orden como la vía Macas Puyo, Macas Méndez; Macas Limón Indanza y Macas Proaño. El Gobierno Central conjuntamente con las autoridades seccionales están trabajando fuerte en este sector a fin de concluir lo más pronto posible el asfaltado de la vía Proaño San Isidro, Macas Sevilla Don Bosco, Macas Riobamba, Méndez Paute y toda la troncal amazónica. No cabe duda que el mejoramiento de red vial permitirá incrementar el turismo hacia el Cantón Morona.

3.5.1.1.4 Elaboración de Productos Estrella.

Contar con un inventario de los atractivos turísticos del Cantón Morona juega un papel importante para la elaboración de estos productos estrella, además se debe conocer el flujo de visitas a cada uno de los atractivos para saber cuáles son los sitios que más concurridos por los turistas y tomar en cuenta las preferencias del estudio de mercado para materializar estos paquetes turísticos.

El Cantón Morona cuenta con un gran potencial turístico a lo largo y ancho de su geografía, esto favorece para que se puedan realizar diversas formas de turismo como: el turismo de aventura que es el más llamativo según el estudio de mercado, el turismo religioso, cultural, medicinal, científico, arqueológico, etc.

1. Turismo de aventura: aprovechando las bondades que ofrece el río Upano se pueden programar actividades como: canoing, rafting, kayak, jumping, trekking, camping, etc., estos tours se podrán realizar en un día.
2. Turismo religioso: aprovechando que la ciudad de Macas tiene como tradición celebrar dos fiestas juradas en devoción a la Purísima de Macas en los meses de febrero y agosto; se debería planificar visitas masivas de dos días para fomentar el turismo especialmente en la peregrinación que se desarrollan desde varias comunidades aledañas a la ciudad de Macas.
3. Turismo cultural y medicinal: los paquetes que se pueden armar para ser ofertados pueden ser para conocer la ciudad de Macas y su gastronomía con ocasión del aniversario de cantonización que se celebra el 29 de mayo; así como también para conocer las comunidades indígenas Shuar y Achuar y sus costumbres. Esta opción le permite al turista disfrutar y aprender de una nueva cultura, ver sus tradiciones, costumbres, vestimenta, comida, música, danza y participar en rituales como lo es el shamanismo, baños en sus cascadas sagradas, etc.

Estos productos estrellas podrán ser armados conjuntamente entre la Unidad de Turismo del Cantón Morona, la Cámara de Turismo, las Agencias Operadoras y la propia comunidad, dando facilidad así a los potenciales turistas a tener y poder escoger el tipo de turismo que desee practicar en nuestro cantón.

El producto estrella que se propone en base al estudio de mercado es el siguiente:

“Revitalízate en Morona”

TOURS: 4 días y 3 noches.

PRESUPUESTO:

Alojamiento	45.00
Alimentación	40.00
Transporte	20.00
Varios	20.00
TOTAL /PERSONA/TOUR	USD 125.00

Primer día:

- Recepción de los turistas en el Aeropuerto Edmundo Carvajal de la ciudad de Macas, traslado hacia la Hostería Manzana Real
- Almuerzo.
- En la tarde City Tours (visita a la Catedral Purísima de Macas, Parque Recreacional, orquidearios y al Mirador del Cerro el Quilamo). Retorno al hotel y cena.
- 20H00 Programa social en honor a los visitantes. (Música y Danza) y explicación de las actividades del segundo día.

Segundo día:

- Desayuno al estilo americano y frutas tropicales.
- Visita a la comunidad Shuar de Ángel Rubí y caminata hacia la Cascada Sagrada "Etza"(Sol), por bosque húmedo lluvioso, lugar donde el pueblo Shuar acude en busca de revitalizar y armonizar su espíritu. Explicación de la flora y otras especies existentes en la zona, sus beneficios, especialmente de la farmacia natural del sector, esta caminata servirá como preparación y relajamiento para la aplicación de las terapias anti-stress. En la cascada nos someteremos a un hidromasaje natural y un ligero pic nic.
- Retorno y cena.
- En la noche degustación de un preparado de especial para preparar al organismo para varias terapias (Colada de piña y jengibre).

Tercer día:

- Desayuno acompañado de té de plantas aromáticas de la zona.
- Visita a la comunidad de Cumbatza y sus aguas termales, ricas en sales minerales, en este lugar recibiremos un baño de sus prodigiosas y medicinales aguas, eficaces para los dolores artríticos, reumáticos y para afecciones estomacales, además como preámbulo de la fangoterapia aplicaremos arcilla rica en sales minerales para los portadores del herpes, espinillas y envejecimiento cutáneo. Para la rehidratación un té de limón.
- Almuerzo vegetariano.
- Retorno y cena.
- En la noche visitaremos un sector de la Amazonía para cazar varios insectos para los amantes de la Entomología.

Cuarto día:

- Desayuno casero y Jugo de frutas.
- Visita a un sector de la comunidad Buena Esperanza, tratamiento terapéutico anti-stress con baños de vapor ancestral, con cocimiento de plantas medicinales y piedras cargadas de energía y minerales, rehidratación con caldos especiales y jugos de frutas tropicales; luego se someterán a baños de fangoterapia, compuesta de barro y arcilla con propiedades únicas que estimulan, relajan y depuran el organismo. (En el transcurso de estas sesiones pueden saborear varias frutas de la zona, resultado de la agro conciencia). Además pueden recibir masajes de cristal de Aloe Vera y otros aceites naturales como complemento de la terapia.
- Retorno y cena especial.
- En la noche los que deseen podrán participar de varios ritos como:
Limpieza del halo negativo.
Poderosa pomba gira.
Cheque de la abundancia.
De equilibrio y armonía con el universo.
Amuletos de la buena suerte y dinero. etc.

3.5.1.1.5 Elaboración de una Guía Turística

La elaboración de una guía de turismo actualizada y correcta ayudará y facilitará a la promoción e información turística del cantón. Este producto deberá ser muy práctico, gráfico y didáctico para ayudar al turista a conocer y obtener información de manera correcta y oportuna. Deberá contener la información de todos los atractivos turísticos que tiene el cantón con su respectiva descripción, costos y sobre todo deberá estar impresa en los dos idiomas principales que se manejan en el sector turístico, el español e inglés.

Actualmente en el cantón existe una guía turística mala, ya que su información es errónea y sobre todo sus fotografías son oscuras y en algunos de los casos no corresponden a los sitios turísticos que menciona, además nunca en el cantón Morona a estado disponible una guía turística en el idioma inglés; tampoco de conoce el costo de los servicios.

Esta guía deberá tener las siguientes pautas:

- Un tamaño adecuado y útil.
- Un correcto material de papel e impresión.
- Ser editada en español e inglés.
- Sus fotografías deberán ser claras y correctas, al igual que su información.
- Deberá se editada o actualizada cada año.

Para su mejor promoción esta guía deberá ser distribuida en las diferentes ferias a nivel nacional e internacional, en los diferentes centros de información turística del país, en la Unidad de Turismo del Municipio, en la Cámara de Turismo de Morona Santiago, en las diferentes agencias y operadoras turísticas del país, entre otros.

3.5.1.1.6 Señalética Turística

Este es uno de los puntos esenciales para el buen desarrollo y funcionamiento de las actividades turísticas del cantón, ya que la señalización juega un papel importante dentro de este mercado.

Para lograr este propósito se deberá trabajar de manera coordinada y conjunta entre la Unidad de Turismo del Municipio con la Cámara de Turismo de la Provincia, para facilitar al turista la llegada a los diferentes sitios turísticos.

Este aspecto podrá ser mejorado de la siguiente manera:

Vallas Publicitarias.- Ubicar vallas turísticas publicitarias en los diferentes accesos al cantón, estas vallas deberán tener y cumplir con todas las normativas que exige el Ministerio de Turismo como:

- Ser de doble lado y a full color.
- Contener el nombre del Cantón Morona y su respectiva bienvenida y despedida, con una frase de agradecimiento por su visita.
- Las fotografías deberán ser bien escogidas, podría ser un mosaico de fotografías de los atractivos más representativos de la zona, ya que de eso dependerá el impacto visual que el turista se haga.

Tótems.- Elaborar tótems publicitando los atractivos más llamativos que tiene el cantón, estos tótems deberán ser ubicados en sitios estratégicos de la ciudad de Macas y del Cantón Morona, por ejemplo deberían ubicarse en el aeropuerto de la ciudad de Macas, en el terminal terrestre de Macas, en el parque central de la Purísima de Macas, junto a la oficina de Turismo, al norte y sur de la ciudad etc.

Estos podrían ser de la siguiente manera:

- Ser de doble lado y a full color.
- Tener la marca “Cantón de Turismo” y slogan.
- Las fotografías deberán ser bien escogidas de los atractivos más representativos que posee el cantón, y debería llevar el nombre del atractivo.

Mini Vallas.- Elaborar mini vallas publicitarias con dos clases de mapas uno a cada lado:

- Mapa turístico de todo el Cantón Morona.
- Mapa de ubicación geográfica con sus atractivos.

La mini valla con el mapa turístico de Cantón Morona y con el mapa de ubicación geográfica con sus atractivos deberá ser ubicada en sitios estratégicos como lo son en el aeropuerto de Macas, el terminal terrestre, en el parque central, en el parque recreacional; en la loma, y en las piscinas municipales, estas deberán indicar toda la geografía del Cantón Morona. El propósito de estas mini vallas es que ayudarán a que el turista pueda ver en donde se encuentra ubicado ese instante y sobre todo podrá ver a qué distancia está el siguiente atractivo a ser visitado, con su respectiva ubicación, además en este mapa el turista encontrará todos los servidores turísticos de la ciudad como son agencias, hoteles, restaurants, atractivos, hospital, instituciones públicas, etc. Estas mini vallas serán de doble lado pero a full color.

Rótulos.- Deberán ser elaborados varios rótulos pequeños los cuales lleven el nombre del atractivo turístico y estos deberán ser ubicados a las entradas de los respectivos centros para que de esta manera el turista pueda leer y darse cuenta que ha llegado al sitio que él desea visitar.

3.5.1.1.7 Concientización Turística

Este tema se puede desarrollar por medio de realización de campañas informativas sobre los temas relacionados con la actividad turística como por ejemplo, turismo sustentable, impactos ambientales, educación turística, buen trato a los turistas, etc.

Estos temas serán publicitados en televisión, internet, emisoras y demás medios de publicidad como lo son: los afiches, folletos, trípticos, revistas, etc., Estas campañas se harán a lo largo del año en fechas previas de mayor afluencia turística como son las fiestas juradas de la Purísima de Macas; aniversario de cantonización de Macas y feriados de fin de año.

3.5.1.1.8 Capacitación a los Prestadores de Servicios dentro del Turismo.

Para desarrollar este plan se deberán dictar talleres, cursos o seminarios, estos serán teóricos y prácticos para capacitar de mejor manera a cada uno de las personas que estén inmersas en esta actividad y así lograr un mejoramiento continuo. Estas capacitaciones podrían hacerse 2 veces al año dependiendo de las circunstancias.

Los temas que se deberían tratar en las capacitaciones serian los siguientes:

- Turismo en la actualidad.
- Turismo sustentable.
- Calidad de productos y servicios.
- Imagen y trato al turista.
- Atención al cliente.
- El medio ambiente y su conservación.
- Uso adecuado de los recursos.
- Mejoramiento continuo.
- Reingeniería.
- Normas ISO.

- Emprendimiento
- Seguridad
- Innovación
- Sobre las ordenanzas municipales.
- Elaboración de nuevos paquetes turísticos.
- Buen anfitrión, hospitalidad.

Todos estos temas están sujetos a cambios de acuerdo al grupo que se capacite.

3.5.1.1.9 Seguridad

En este tema podrían hacerse dos cosas:

1. Crear una unidad de policía turística en el Municipio del Cantón Morona; la cual ayudara de mejor manera al desarrollo y fortalecimiento del turismo, ya que con seguridad el turista no tendría ningún inconveniente y visitaría más nuestro cantón.
2. Capacitar a los actuales policías municipales y policías nacionales en diferentes aspectos sobre el turismo para que estén prestos a brindar información y seguridad a los turistas que lleguen al cantón, mientras se integra la unidad de policía turística. Los temas podrían ser tomados del punto anterior.

3.5.1.1.10 Virtuales

El Internet es un medio muy concurrido por los turistas potenciales, en la actualidad el Municipio del Cantón Morona dispone de un portal pero no una página Web solo dedicada a fomentar el turismo, razón por lo cual la información que éste sitio brinda es casi nula.

Razón por la cual se propone la creación de una página Web propia del turismo del cantón ya que hoy en día es la mejor alternativa o medio de difusión para captar turistas y promocionar la oferta turística en el ámbito internacional.

Este portal llevara información de todos los servidores y prestadores de servicios, productos turísticos, costos, etc. a fin de que el turista pueda informarse y hacer su propios contactos y reservaciones.

3.5.1.2 Precio

Los costos por los servicios turísticos no se pueden establecer por ordenanza o decreto. Cada operador o prestador de servicios dentro del Cantón Morona establecerá su propio precio de acuerdo al mercado, temporada, producto y los factores económicos.

Lo que se puede hacer es concientizar a los prestadores de servicios, disminuyan un poco sus rentabilidades para que la afluencia de turistas al cantón sea mayor; se logre potencializar el mercado local y marquemos diferencias con el resto de cantones y provincias amazónicas.

3.5.1.3 Canales de Distribución / Promoción y Publicidad

El objetivo es poner al alcance de la mayor cantidad de turistas cada uno de los productos turísticos que tiene el cantón para que de esta manera se pueda promocionarlo y venderlo. La estrategia de distribución juega un papel importante ya que depende mucho la forma de distribución para que llegue al mercado meta.

Las agencias y operadoras turísticas son el primer punto, ya que estas nos ayudarán a posicionar al Cantón Morona como un destino turístico potencial en nuestro país, donde se puede realizar muchas formas de turismo.

Hay que seleccionar los medios adecuados y más utilizados por los turistas.

Según los resultados obtenidos en la investigación de mercado, la televisión es el principal medio que utiliza nuestro mercado potencial para informarse de los sitios de interés turístico, seguido del internet y las guías turísticas. Al ser el medio televisivo muy costoso se debe optar por tener una página turística web de excelentes condiciones y elaborar anualmente una guía turística que contenga nuevas actualizaciones fotografías e información fiable de los lugares turísticos que posee el cantón.

En la televisión nacional se puede lanzar spots publicitarios difundiendo los paquetes turísticos que se disponen para el Cantón Morona con ocasión de celebrarse fechas especiales como: Fiestas de fundación y canonización, carnaval, fiestas de la Purísima de Macas, fin de año, etc.

En las emisoras locales y provinciales podremos enviar spots publicitarios permanentes, incentivando a conocer las maravillas que tenemos y también difundiendo los paquetes turísticos.

Otra de las alternativas muy utilizadas para promocionar el turismo son los medios escritos, se deberá publicar la imagen turística del cantón en revistas como Transport, This is Ecuador, Pacificard, entre otras y también podremos publicarlo en la revista La Familia del diario El Comercio.

Por último se utilizarán los demás medios publicitarios gráficos como son afiches, postales, trípticos, vallas, gigantografías, stickers, etc. Estos medios son los que más fácilmente pueden ser distribuidos tanto a nivel nacional como internacional en: ferias, centros de información, agencias, operadoras, universidades, embajadas, etc.

3.6 PRESUPUESTO DE MARKETING

El presupuesto asignado para el Departamento de Marketing, Promoción y Publicidad del Municipio del Cantón Morona es extremadamente limitado, para el año 2008 contaban únicamente con 20.000,00 dólares; es por ello que no se realizaban actividades de promoción turística.²¹

A partir de este año, la administración del Municipio del Cantón Morona considera a la actividad turística como una fuente primordial de ingresos por la biodiversidad de recursos naturales no explotados existentes en el cantón.

Razón por la cual, la administración apoya y promueve todas las acciones necesarias para cumplir con el objetivo de posicionar al Cantón Morona como principal destino turístico de la Amazonía.

El presupuesto que se plantea es el siguiente:

²¹ Municipio del Cantón Morona, Departamento de Marketing y Turismo

CUADRO N. 10

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNIT	TOTAL
Televisión			
Canal Uno (30 seg.)	6	75.00	450
Ecuavisa (30 seg.)	6	71.00	426
Radio			
La Mega (40seg)	12	25	300
Bonita (40seg)	12	5	60
Canela (40seg)	12	20	240
Medios gráficos			
Afiches	10.000	0,12	1.200
Trípticos	10.000	0,18	1.800
Postales	10.000	0,15	1.500
Vallas	3	400	1.200
Gigantografías	30	35	1.050
Mini Vallas	6	240	1.440
Rótulos	50	18	900
Stikers	10.000	0,19	1.900
Tótems	8	350	2.800
Medios escritos			
Guía turística	2.000	9.50	19.000
Revista This Is Ecuador	12	110.00	1.320
Transport	12	90	1.080
Revista Pacificard (1/3 pág.)	12	450.00	5.400
La Familia (1/4 pág.)	12	800.00	9.600
Internet			
Creación Pagina Web	1	800	800
Mantenimiento	12	20	240
TOTAL			52.706

3.7 EVALUACIÓN DEL PLAN

Las evaluaciones y controles se realizarán de la siguiente manera:

CUADRO N. 11

MECANISMOS	FRECUENCIAS	RESPALDO	RESPONSABLES
Seguimientos de las acciones	Mensualmente	Presentación de informes	Trabajo conjunto entre Municipio, Unidad de Turismo, Cámara de Turismo
Monitorear	Semestral	Presentación de informes	Trabajo conjunto entre Municipio, Unidad de Turismo, Cámara de Turismo
Evaluaciones	Anual	Presentación de informes	Trabajo conjunto entre Municipio, Unidad de Turismo, Cámara de Turismo

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- El Plan de Marketing propuesto es una herramienta esencial para las entidades involucradas en el turismo del Cantón Morona, servirá como apoyo para desarrollar el mercado local; las autoridades contarán con un instrumento técnico para poder analizar, tomar decisiones y aplicar las estrategias y de esta manera convertir al Cantón Morona como un destino turístico a nivel nacional e internacional.
- Los medios de acceso al Cantón Morona son por vía terrestre y aérea. Por vía terrestre se han identificado nueve cooperativas de transporte cuyas rutas directas interprovinciales son: Quito Macas; Guayaquil Macas, Cuenca Macas; Riobamba Macas, Ambato Macas y Puyo Macas. En las rutas intracantonales e intraparroquiales tenemos cuatro empresas que dan servicio de: Méndez Macas; Gualaquiza limón Macas; Sucúa Macas y a todas las parroquias del cantón.
- En el Cantón Morona existen seis operadoras de turismo legalmente reconocidas que ofertan sus servicios dentro y fuera de la provincia; ofrecen paquetes turísticos individuales y para grupos organizados.

- La oferta en alojamiento es de 704 personas por día; de los cuales el 95% de las empresas hoteleras esta en la ciudad de Macas y el 5% en las afueras de la ciudad.
- La gastronomía en el Cantón Morona es muy variada, destacando como atractivos su comida típica: los ayampacos, caldo de novios, carne azada, tamales de palmito, guayusa, chicha de chonta, etc.
- Entre los principales atractivos turísticos se han identificado 26 lugares, los mismos ofertan una variedad de servicios como: pesca deportiva, caminatas, camping, aéreas de recreación, natación saunas, gastronomía típica nacional e internacional, alojamiento, zoológico, etc.
- El Cantón Morona tiene una posición estratégica dentro de la Provincia Morona Santiago y gracias a su abundante biodiversidad natural, reúne las bondades para convertirse en un potencial turístico del la Amazonia y del país en general.
- La gestión turística del cantón en los últimos años se esta dando de manera integral, entre el Municipio, Consejo Provincial, Cámara de Turismo y Operadores Turísticos.
- Las agencias y demás servidores que se encuentra dentro de esta actividad ven al turismo como una oportunidad de desarrollo y fuente de ingresos, por lo que se encuentran interesados en mejorar y prestar mayor atención a la actividad turística.
- No existe una buena señalización turística de los atractivos que posee este cantón.

- De Los turistas potenciales encuestados el 73,33% están dispuestos a conocer los atractivos turísticos del Cantón Morona.
- Actualmente el Cantón Morona cuenta con una guía turística deficiente, ya que su información es errónea y en algunos de los casos no corresponden a los sitios turísticos que menciona, además no hay disponible una guía turística en el idioma inglés para los turistas extranjeros; tampoco de conoce el costo de los servicios que ofrecen tanto las agencias de turismo como los proveedores de servicios.
- El Cantón Morona no cuenta con una unidad de policía turística.
- El Centro de Información Turística i tur del cantón es indispensable para fomentar la actividad turística, especialmente, para los turistas nacionales y extranjeros que desconocen de los atractivos turísticos y necesitan de información.
- El presupuesto de marketing para promocionar al sector turístico del Cantón Morona asciende a 52.706 dólares.
- El Cantón Morona cuenta con un logo creado para la marca Macas con la finalidad de identificar la actividad turística en este cantón y crear la diferencia con el resto de ciudades, provincias y países.
- Las actividades de turismo más atractivas son aquellas que se relacionan con el turismo de aventura, aprovechando las bondades que ofrece el rio Upano. El turismo religioso aprovechando que la ciudad de Macas tiene como tradición celebrar dos fiestas juradas en devoción a la Purísima de Macas en los meses de febrero y agosto. Y el turismo cultural y medicinal, gracias a la abundante biodiversidad y a las etnias nativas del cantón.

- Las autoridades que se encuentran actualmente a cargo del turismo dentro del Cantón Morona, se encuentra interesadas en dar una nueva imagen y cultura turística tanto a nivel local nacional e internacional.

4.2 Recomendaciones

- El Municipio del Cantón Morona debe realizar fuertes inversiones en la actividad turística, para aprovechar la gran riqueza natural y cultural. Esta inversión debe centrarse para maximizar sus campañas de promoción turística, tanto a nivel local, nacional e internacional.
- La Municipalidad deberá poner en práctica las estrategias propuestas en este plan de marketing para mejorar el producto, los servicios, la distribución y la promoción del cantón. La meta debe ser incrementar el desarrollo turístico de Morona y posicionarlo como un destino turístico dentro del país.
- La Cámara de Turismo en coordinación con las autoridades de Policía, previo a la entrega de los respectivos permisos; deben realizar un control permanente de los atractivos turísticos y de la infraestructura para garantizar un adecuado servicio y seguridad a los turistas.
- Que el Ilustre Municipio del Cantón Morona en coordinación con la Cámara de Turismo pongan en funcionamiento el Centro de Información Turística (i tur) con personal calificado y tecnología actualizada para brindar un servicio completo, eficiente, oportuno y actualizado a los turistas.
- Que las operadoras de turismo elaboren diferentes paquetes turísticos considerando las necesidades determinadas en la investigación de mercado.

- Que el Municipio del cantón Morona implemente la señalética turística en los puntos establecidos en el plan de acción, con el propósito de promocionar, orientar y difundir los atractivos turísticos.
- El Municipio debe cumplir y hacer cumplir cada una de las funciones que se les asignó al momento de su descentralización turística, debe capacitar y fomentar el desarrollo turístico a lo largo de su cantón, y realizar planes estratégicos de turismo para alcanzar sus metas propuestas.
- Se debe aprovechar que dentro del cantón se encuentra el Parque Nacional Sangay, declarado por la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad. Esta fortaleza debe servir para promocionar los demás atractivos que tiene este cantón tomando como enganche el Parque.
- Formar alianzas estratégicas entre empresas del sector que ayuden a mejorar el servicio y atención de los turistas, y de esta manera mejorar la coordinación entre el sector privado con el público para que exista un trabajo en conjunto con miras a desarrollar el turismo dentro de esta zona.
- Mantener una constante promoción del cantón hasta lograr su posicionamiento y luego mantenerlo en la mente del turista.
- Que el Ilustre Municipio del Cantón Morona en coordinación con la Cámara de Turismo elaboren una guía turística actualizada considerando los aspectos planteados en el plan de acción de esta investigación.
- A la nueva administración del Ilustre Municipio del Cantón Morona incrementar la partida presupuestaria para promocionar los atractivos turísticos del cantón y se considere los canales de distribución establecidos en la presente investigación.

- Que el gobierno central impulse la terminación de la troncal amazónica y de la Macas-Guamote como vías de primer orden, ya que son las puertas de entrada para el turismo del Cantón Morona.
- Se conoce que el Puyo es parte de la competencia directa del Cantón Morona, ya que es un destino turístico mas conocido, y desarrollado gracias a su infraestructura, servicios y equipamiento de calidad. Por tal razón la Municipalidad del Morona deberá iniciar el trabajo con un proceso de mejoramiento de sus servicios y equipamientos y desde allí ir planificando paso a paso en forma organizada acciones que logren seguir captando nuevos mercados y así llegar a ser un potencial turístico.

BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA Miguel Ángel. Marketing de Destinos Turísticos. Trillas México 2004.
- ASTI V Armando. Metodología de la Investigación. Editorial Kapelusz. Buenos Aires. 1968.
- BENASSINI, Marcela, Introducción a la Investigación de Mercados, Ed. Prentice Hall, 2001, México.
- BERNAL T, Augusto C. Metodología de la Investigación para la Administración y Economía. Pearson Educación Colombia. Edición 2000.
- BIGNE Enrique, Font, Xavier y Andreu, Luisa. Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo. Madrid 2000.
- CONSEJO Provincial de Morona Santiago. Plan Estratégico para el Desarrollo Sustentable de la provincia de Morona Santiago. 2006 - 2010.
- CONSEJO Provincial de Morona Santiago. Templo de la Amazonía. Guía Turística. 2008.
- ERAZO SORIA, Josè. Mercadotecnia. Un Análisis Global de Gestión.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. VI Censo de Población y Vivienda. 2001.
- Internet. [http: www.macas.gov.ec](http://www.macas.gov.ec)
- Internet. [http: www.moronasantiago.gov.ec](http://www.moronasantiago.gov.ec)
- Internet. [http: www.turismo.gov.ec](http://www.turismo.gov.ec)

- KOTLER Bowen y Makens. Los Productos y Servicios Turísticos. Serra 2002.
- LEIVA Zea Francisco. Investigación Científica. Cuarta Edición. Quito 1996.
- MINISTERIO de Turismo. Turismo Competitivo. 2002.
- MUNICIPIO del Cantón Morona. Macas un lugar para vivir. Guía Turística. 2007.
- NOGUERA Telmo. Macas en un Lumbral de los Recuerdos. 2005.
- PORTER, Michael. Estrategias Competitivas de Marketing. Ed. McGrawf – Hill. México. 1996.
- STAPLETON J. Como Preparar un Plan de Marketing. Editorial Deusto. Bilbao 1992.