



**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Escuela de Marketing**

**PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CANTÓN**

**GUALAQUIZA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del**

**Grado en Ingeniería en Marketing**

**Autor:**

Katherine Fernanda Ruiz Delgado

**Director:**

Ing. Marco Antonio Ríos Ponce PhD.

Cuenca – Ecuador

2023

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a Dios que ha sido mi guía para lograrlo; ah mi madre que ha demostrado estar ahí siempre cuando más la necesite por darme los ánimos de decirme que nunca es tarde para cumplir nuestras metas y sobre todo a mis abuelos que fueron la base y el pilar fundamental para poder acabar mi carrera de Marketing demostrando siempre su cariño y comprensión para poder cumplir mis objetivos.

Dedico también mi tesis a mi pequeño hijo que fue mi motor de ganas y esfuerzo para poder culminar mi carrera.

## **AGRADECIMIENTO**

Dedico este trabajo de investigación a Dios primeramente que ha sido mi guía y fuerza para terminar este camino, enseñándome que con perseverancia y responsabilidad todo esfuerzo vale la pena.

A mis maestros gracias por sus conocimientos y enseñanza a lo largo de mi carrera.

A mi tutor Marco Antonio Ríos expreso mi más sincero agradecimiento por su tiempo a guiarme en mi tesis.

A mis abuelos maternos Iván y Esther, por su paciencia, cariño me han apoyado siempre.

Finalmente, a todas las personas que a lo largo de mi carrera fueron esa fuente de inspiración para culminar mis estudios.

## Índice De Contenidos

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>iii</b>
<b>Índice de Contenidos.....</b>	<b>iv</b>
<b>INDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>vi</b>
<b>INDICE DE TABLAS.....</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN Y ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1. Marco Conceptual Marketing Turístico.....</b>	<b>2</b>
1.1 Marketing.....	2
1.2 Marketing Turístico.....	2
1.3 Marketing de los servicios.....	3
1.4 Características del marketing de los servicios.....	3
1.5 Calidad percibida en el servicio turístico.....	4
1.6 Valor Agregado.....	4
1.7 Investigación de Mercados.....	4
1.8 Marketing Mix.....	5
1.9 Plan de Marketing.....	6
1.10 Objetivos del plan de Marketing.....	7
<b>Capítulo 2. Análisis del entorno.....</b>	<b>8</b>
2.1 Antecedentes.....	8
2.2 Análisis de PESTEL.....	9
2.3 Fuerzas de PORTER.....	26
2.4 FODA.....	31
<b>Capítulo 3. Investigación de Mercados.....</b>	<b>33</b>
3.1 Investigación Cualitativa.....	33
3.1.1 Entrevista a Expertos.....	33
3.1.2 Entrevista a Profundidad.....	44
3.2 Investigación Cuantitativa.....	48
3.2.1 Encuesta.....	48
3.3 Informe.....	60
<b>Capítulo 4. Plan de Marketing turístico para el Cantón Gualaquiza.....</b>	<b>62</b>
4.1 Objetivos del plan de marketing.....	62
4.2 Objetivos General.....	62

4.3 Objetivos Específicos.....	62
4.4 Análisis de un Macroentorno.....	63
4.5 Desarrollo del plan de marketing.....	64
4.6 Formulación de estrategias de Marketing.....	69
4.7 Indicadores y Metas.....	80
Conclusiones.....	83
Recomendaciones.....	84
Bibliografía.....	85
ANEXOS.....	86
Anexo 1: Entrevista a Expertos .....	86
Anexo 2: Entrevista Expertos en Marketing Turístico.....	87
Anexo 3: Encuesta para turistas de Gualaquiza .....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.....</b>	<b>10</b>
<b>Figura 2.....</b>	<b>10</b>
<b>Figura 3.....</b>	<b>14</b>
<b>Figura 4.....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 5.....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 6.....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 7.....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 8.....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 9.....</b>	<b>22</b>
<b>Figura 10.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 11.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 12.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 13.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 14 .....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 15.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 16.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 17.....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 18.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 19.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 20.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 21.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 22.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 23.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 24.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 25.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 26.....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 27.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 28.....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 29.....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 30.....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 31.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 32.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 33.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 34.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 35.....</b>	<b>72</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 2.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 3.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 4.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 5.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 6 .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 7 .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 8 .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 9 .....</b>	<b>30</b>

## **Resumen**

El objetivo de esta investigación es elaborar un Plan de Marketing Turístico para el desarrollo del turismo del cantón Gualaquiza, el mismo que permitirá incentivar el impulso económico y social, brindando oportunidades de seguir generando empleo y mejor la calidad de vida de la población.

Se realizó una investigación de mercado, se aplicaron las técnicas cuantitativa y cualitativa, se realizaron entrevistas a profundidad para conocer los diferentes criterios de expertos en temas de turismo y marketing que ayude a esta investigación, así mismo se realizaron encuestas para conocer las sugerencias y necesidades de los turistas.

Finalmente se proponen estrategias sólidas y contundentes para generar el plan de marketing estos son paquetes turísticos, material de apoyo, promoción y publicidad, este ayudará al crecimiento turístico de Gualaquiza.

Todo esto se logrará con éxito, con el apoyo que las autoridades brinden para que se vean reflejados los esfuerzos en los resultados obtenidos.

**PALABRAS CLAVES:** Marketing, Turismo, Estrategias, Publicidad, Promoción Investigación de mercado, Desarrollo.

## Abstract

The objective of this research was to develop a Tourism Marketing Plan for the development of tourism in the Gualaquiza canton, which would encourage the economic and social impulse, providing opportunities to continue generating employment and improving the quality of life of the population. A market investigation was carried out, quantitative and qualitative techniques were applied, in-depth interviews were carried out to know the different criteria of experts in tourism and marketing issues that help this investigation, and surveys were carried out to know the suggestions and needs of the tourists. Finally, solid and forceful strategies were proposed to generate the marketing plan, these are tourist packages, support material, promotion and advertising, which will help the tourist growth of Gualaquiza. All this will be achieved successfully, with the support that the authorities provide so that the efforts are reflected in the results obtained.

**KEY WORDS:** Marketing, Tourism, Strategies, Advertising, Promotion, Market Research, Development.

Translated by



Katherine Fernanda Ruiz Delgado



## INTRODUCCIÓN

El ecoturismo hoy en día se ha vuelto una herramienta de actividad importante para el manejo de áreas protegidas que tiene Ecuador. El mismo que se ha convertido en un medio que beneficia a las comunidades que viven alrededor de estas áreas. Por lo tanto, gente profesional de turismo y gobiernos dirigen y encaminan hacia un bien común de crecimiento sustentable que ayude al bienestar de las zonas locales, promocionando la micro empresa turística y sobre todo minimizando los impactos ambientales.

Gualaquiza realiza ecoturismo lo que permite aumentar la concienciación de los atractivos naturales y culturales propios de la zona, involucrando a las comunidades para de esta manera poder generar empleo, riqueza y sobre todo aprovechar los recursos naturales a su vez contribuir para mejorar las condiciones económicas y sociales de la población.

En la actualidad, Gualaquiza no cuenta con un plan estratégico para atraer turistas es por ello que se tratara de repotenciar el turismo de Gualaquiza atrayendo a turistas en base a los lugares icónicos que cuenta el cantón, conociendo cual es el sentido de pertenencia con cada uno de los lugares y sobre todo conocer la experiencia cultural que tiene la gente con Gualaquiza.

Esta investigación pretende elaborar un plan de marketing turístico que permita al cantón Gualaquiza promover su turismo local y de esta manera pueda generar recursos económicos para sus habitantes y una mejor calidad de vida. Gualaquiza tiene mucho que ofrecer, para llegar a ser un potencial Turístico.

Este plan de marketing turístico será una alternativa de exponer al gobierno municipal del cantón, cuáles son las estrategias y guías para que se logre un turismo sostenible en Gualaquiza.

## **CAPITULO 1**

### **1. Marco Conceptual Marketing Turístico**

Para realizar esta investigación es necesario conocer las bases teóricas en cuanto al tema de investigación que se realizará, a continuación, se presenta los siguientes conceptos de los términos más importantes que se usarán en este plan de marketing turístico. Los mismo que se deben conocer para tener un mayor enfoque en la investigación.

#### **1.1 Marketing**

“Un conjunto de actividades llevadas a cabo por la empresa, destinadas a identificar y satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores, obteniendo a cambio un beneficio o utilidad para la empresa u organización” (Pérez Rodríguez, Marketing y Ventas, 2015, pág. 5)

Según (Armstrong et al;2011) en su texto define al marketing como la manera que tienen las empresas de saber satisfacer las necesidades de los consumidores. Si conocen bien las necesidades de los clientes podrán ofrecer un producto de calidad, asignando precios apropiados y que estos puedan distribuir de mejor manera. El reto que tiene el marketing es atraer a nuevos clientes a través de las ventajas competitivas a la de su competencia y sobre todo tengan a sus consumidores a través de la satisfacción.

#### **1.2 Marketing Turístico**

El marketing turístico abre a una gran fuente de comunicación de una empresa con las personas interesadas, éstas pueden ser el público interno como el público externo, por ello las empresas de turismo pueden definir su producto, público específico y sus precios de sus productos (Ponosso & lohmann, 2012).

### **1.2.1 Producto Turístico:**

Según (Comité de Turismo y Competitividad, 2017) un producto turístico es la unión de elementos materiales e inmateriales, recursos culturales, naturales y antrópicos, atractivos turísticos, los servicios y las actividades el mismo que representa el fondo de un plan de marketing generando una linda experiencia turística integral. a través de los canales de distribución se comercializa un producto turístico.

### **1.3 Marketing de los servicios**

Son estrategias en los servicios de la empresa por lo tanto la empresa no solo tratara de establecer estrategias de servicios si no también se encargara de establecer una filosofía empresarial que se base en el servicio. Asimismo, se destacan varios aspectos como la comunicación interna, y la selección de mejores candidatos para ocupar ese puesto de trabajo, podrán dirigir y otorgar adecuadas herramientas y mecanismos a sus empleados para que haya una buena gestión (Prado & Pascual, 2018).

### **1.4 Características del marketing de losservicios**

(Camacho Castellanos, 2008) estable que existen cuatro características en los servicios:

**Intangibilidad:** Las personas no reciben un bien físico, sino la satisfacción de haber recibido una necesidad.

**Inseparabilidad:** Existe una estrecha relación o contacto del servicio con los clientes con un objetivo que es satisfacer las necesidades, en efecto el cliente siempre va a estar relacionado con todos de una manera directa e indirecta.

**Variabilidad:** La prestación de servicios se ve como una actividad donde personas se intercomunican por lo tanto pueden ser variables de acuerdo al carácter que tenga el prestador o el cliente.

**Perecederos:** Los servicios no se almacenan en efecto los servicios se consume.

### **1.5 Calidad percibida en el servicio turístico.**

Según (Izaguirre, 2014) especifica que en texto de Lloréns y Fuentes en el año 2005 define a la calidad percibida de un servicio como la percepción que condiciona la evaluación del turista sobre la calidad de un servicio por lo tanto la imagen de la empresa ejerce un papel principal en la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio a su vez no todos los turistas perciben de la misma manera la calidad del servicio o producto.

### **1.6 Valor agregado**

Son estrategias de reposicionamiento, relanzamiento de nuevas cualidades y características del producto por lo tanto una vez que se llegue a la etapa de madurez de un producto por más mínimo que sea ayudara a diferenciar un cambio en el atributo o característica del producto asimismo ayudan a tener un valor agregado ya sea por su embalaje, empaque o envase del mismo (Riveros Polonia, 2015).

### **1.7 Investigación de mercados**

En ese mismo contexto la investigación de mercados busca métodos apropiados y herramientas para poder realizar un tema, una información, así como también una situación, diseñando de la mejor manera el proceso de recolección de los datos para poder tomar buenas decisiones para la empresa en efecto esta investigación debe tener un carácter sistemático para que sus etapas tengan un planeación y ejecución estructurada (Marte Alvarado, 2019).

### **1.7.1 Posicionamiento**

(Schnarch, 2016) Estable que siempre que una empresa lance su producto al mercado debe saber cómo se va a posicionar por lo tanto el posicionamiento de un producto es la manera de como las personas lo definen de acuerdo a los atributos que tenga es así que la empresa necesita un punto de importancia para que el mercado meta comprenda lo que tiene que comunicar.

### **1.8 Marketing Mix**

(Publishing, 2007) Define al Marketing Mix que es el objetivo fundamental para que exista una reacción en el mercado asimismo que ayuda a alcanzar la participación del mercado de los servicios, productos de una empresa. Entonces esto se logrará gracias a las cuatro componentes que tiene el Marketing Mix.

**Producto:** Es un bien tangible e intangible cuando se refiere a los servicios, donde satisfacen necesidades de los consumidores, entonces se comercializa en el mercado, tiene dos objetivos que cumplir el primero es que sea capaz de poder satisfacerse eficazmente las necesidades de los clientes y el segundo que pueda atraer a los consumidores para que elijan sus productos y no a los de la competencia.

**Precio:** Es el monto de dinero que las personas están dispuesta a cancelar por el uso o consumo de un producto o servicio específico tiene como objetivo establecer un nivel de precio para el producto o servicio en función de un mayor margen de rentabilidad. Además, es importante recalcar que el precio no se fija en función de los costes y tampoco se debe fijar en función a la rentabilidad.

**Distribución o plaza:** Es una estructura que ayuda a fijar un vínculo entre la empresa y el mercado para que se realice la compra de sus productos o servicios, así mismo da el

servicio y el producto al alcance de los consumidores de una forma eficiente con el propósito de que tengan más ganas de comprarlo.

**Comunicación o Promoción:** Son las actividades que realizan las personas por medio de mensajes para dar a conocer sus productos y servicios. Tienen como objetivo informar su marca, eliminar barreras de comunicación entre la empresa con los consumidores además de tiene que convencer a las personas sobre la superioridad de los productos o servicios que va a brindar con respecto a la competencia ofreciendo incentivos, desarrollar actividades en los diferentes puntos de ventas etc.

## **1.9 Plan de Marketing**

(Hoyos Ballesteros , 2013) Define un plan de marketing como un documento que consta de objetivos de la organización en el área comercial con sus recursos, Asimismo la empresa establece cuales son los objetivos y estrategias que va alcanzar es decir las estrategias de marketing que va desarrollar, los mismos que están diseñados para un tiempo de un año, Por lo tanto, para los productos nuevos el plan de marketing se desarrollara solo en el periodo que hace falta con respecto a la terminación del año.

### **1.9.1 Importancia de Plan de Marketing**

Por lo tanto, un plan de marketing facilita la guía o descripción de una empresa de las actividades de marketing estas son la implementación, evaluación y control de las diferentes actividades de la organización. Este plan de marketing ayuda a varios propósitos, uno de ellos es que explica de una manera clara como la organización lograra sus metas y objetivos por ello este plan sirve como una estructura para hacer estrategias de marketing (O.C & Hartline, 2012).

### **1.10 Objetivos del plan de marketing**

Para que exista y se desarrolle las estrategias de un plan de marketing los directivos de marketing tienen que tener información actualizada sobre el entorno, la competencia y la segmentación de mercados donde se van a dirigir es por ello (Kotler, Makens, & Bowen, 2015) Establecen algunos objetivos para realizar un plan de marketing para una empresa turística:

- Muestra las directrices que tiene que tener la empresa sobre todas las actividades del marketing para el año siguiente.
- Asegura que las actividades de la empresa estén acordes con el plan estratégico desarrollado.
- Presiona a los directores de marketing a revisar y analizar con mucho cuidado cada uno de los pasos que se tiene que seguir.
- Ayuda a que se realice una elaboración de un presupuesto que se ajuste a los recursos que tiene la empresa para los objetivos de marketing.
- Establece un proceso de control para poder comparar los resultados reales con los resultados esperados.

## **CAPÍTULO 2**

### **Análisis del Entorno**

#### **2.1 Antecedentes**

El 16 de agosto de 1944 Gualaquiza es erigida como Cantón, a partir de esa fecha Gualaquiza ha adquirido enorme trascendencia histórica, política, religiosa y económica con su población nativa shuar y la colona proveniente de Azuay, Cañar y Loja.

Gualaquiza tiene una extensión de 2151. 29 km 2, representando 8.94% del total de la superficie de Morona Santiago.

Su población está conformada por 17.162 habitantes (CENSO INEC 2010). Limita al Norte con el Cantón San Juan Bosco (Prov. de Morona Santiago); al Sur, con el Cantón El Pangui (Prov. de Zamora Chinchipe); al Este con la República del Perú; y al Oeste con la Provincia del Azuay.

Está conformada por 10 parroquias, estas son:

#### **Parroquias Urbanas**

- Gualaquiza
- Mercedes Molina Sevilla

#### **Parroquias Rurales**

- Bomboiza
- Nueva Tarqui
- El Rosario Aguacate
- San Miguel de Cuyes
- Chigüinda

- Amazonas
- Bermejos
- El Ideal

La altura del Cantón es de 600 a 3500 msnm, el clima de este cantón se ha subdividido en dos regiones bioclimáticas.

Región Húmeda Subtropical. - Se localiza desde altitudes superiores a los 600 m.s.n.m. hasta 2000 m.s.n.m. La temperatura promedio anual oscila entre los 18° y 24° y la precipitación media anual, varía entre 1500 y 2000 mm de lluvia.

Región Lluviosa Templado. - Se localiza desde altitudes que van de los 2.000 m. s.n.m. hasta los 3.000 m.s.n.m., la temperatura promedio oscila entre los 12°C. y 18°C. y la precipitación media anual varía entre los 2.000 y 3.000 mm. de lluvia.

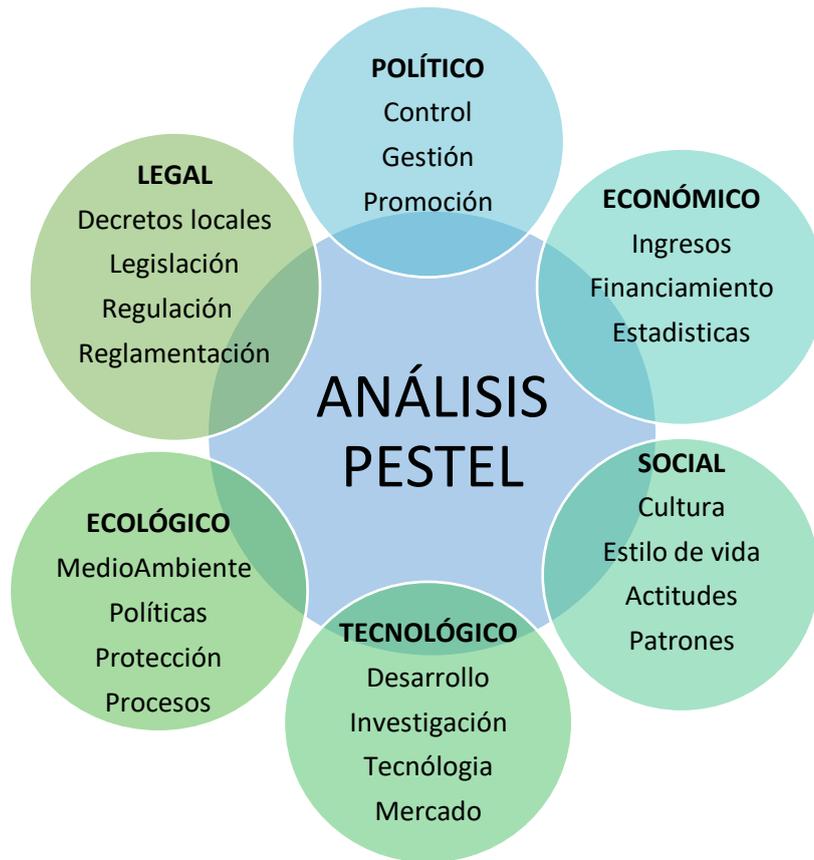
La ciudad de Gualaquiza se encuentra a 180 Km de Loja, 146 Km de Cuenca y 217 Km de la ciudad de Macas.

Su principal limitación actualmente son las vías de acceso, aunque se han realizado permanentes esfuerzos para habilitar y mejorar las carreteras, estas se encuentran en mal estado, factor que determina la escasez de visitantes en la zona.

## **2.2 Análisis PESTEL**

Son los diferentes factores externos del entorno que tiene una empresa estos son: políticos, económicos, social, legal y ambiental, el mismo que permite a las empresas hacer una planificación estratégica para una buena toma de decisiones que permitan y encaminen a un mejor medio para realizar proyectos y negocios.

**Figura 1**

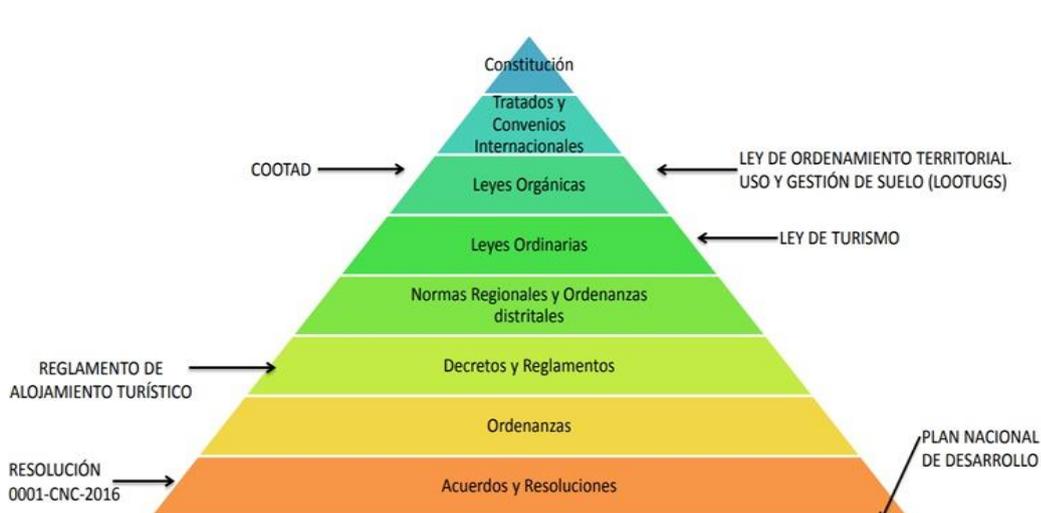


### 2.2.1 Factor Político:

La normativa vigente que regula el sector del turismo en el cantón Gualaquiza es la siguiente:

**Figura 2**

#### *Normativa que regula el sector del turismo*



- Constitución De La República Del Ecuador
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización de Ecuador, **COOTAD**
- Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión del Suelo, **LOOTUGS**.
- Ley Ordinaria De Turismo
- gReglamento General a la Ley de Turismo.
- Reglamento De Alojamiento Turístico
- El Decreto Ejecutivo Nro. 339 – Reducción de la tarifa del IVA, Beneficios tributarios para el sector turístico.

#### **Tarifa 0% del IVA**

Los servicios prestados por establecimientos de alojamiento turístico a turistas extranjeros gravarán tarifa 0% del IVA, siempre y cuando el establecimiento:

1. Se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo; y,
2. Cuenten con la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF).

Se considera turista extranjero a toda persona proveniente de otro país que permanezca en el Ecuador por menos de 90 días y que no cuente con residencia temporal o permanencia en el país.

**Importante:** Para la aplicación de la tarifa 0% del IVA los establecimientos deberán verificar que, entre la fecha de la prestación del servicio y la última entrada al país, no hayan transcurrido más de 90 días calendario.

- RESOLUCIÓN 0001-CNC-2016 CONSEJO NACIONAL DE COMPETENCIAS (23 de marzo del 2016).
- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2021 – 2025 Agenda 2030 desarrollo sostenible.

### **2.2.2 Factor Económico:**

La misión del ministerio de turismo es convertir al Ecuador en un destino sostenible y competitivo, líder en Latinoamérica en un nuevo modo de hacer turismo, más natural, más sostenible, más inclusivo y, sobre todo, más beneficioso tanto para turistas como para comunidades residentes, garantizando en todo momento la protección del ambiente, las poblaciones locales y del turista como consumidor.

En el boletín N.115 (Ministerio de turismo) la reactivación económica: El turismo deja cifras positivas en lo que va de 2022

Jueves 28 de julio de 2022

(Quito, Pichincha). – Durante el primer semestre de 2022, la balanza turística del Ecuador tuvo un saldo positivo de 63,2 millones de dólares. Con ello, el turismo se ubica como la cuarta fuente de ingresos no petroleros para la nación.

Al ser comparadas con los números de 2019 y 2021, estas cifras dan cuenta de la favorable reactivación de la industria.

Los ingresos de divisas por turismo, de enero a marzo de 2022, alcanzaron los 313,5 millones de dólares, más del doble de lo obtenido en el mismo periodo de 2021.

Así también, en el primer cuatrimestre del año las ventas del sector se recuperaron en un 91 % en relación a 2019, y presentaron un crecimiento del 62 % frente a 2021.

Las llegadas de extranjeros al país de enero a junio de 2022 presentaron una recuperación del 45 % frente al mismo semestre de 2019 y un crecimiento del 155 % en relación al

mismo periodo de 2021. Estados Unidos continúa como nuestro principal mercado emisor de viajeros con una participación del 37,7 %, seguido de Colombia, España, Perú, Canadá y Alemania.

Durante los cinco primeros meses del año se evidencia un constante crecimiento en cuanto a la generación del empleo del sector, relacionado a alojamiento y servicios de comida. Un ejemplo de ello es mayo de 2022 cuando se registraron 83.662 empleos más que lo contabilizado el mismo mes de 2021.

El compromiso y esfuerzo del sector privado, así como la asignación de más de 47 millones de dólares por parte del Gobierno del presidente Guillermo Lasso han sido factores clave para la promoción del Ecuador como un destino turístico imperdible para el mundo y un vehículo de conservación y desarrollo nacional.

De esta manera podemos verificar que Ecuador ha tenido una reactivación favorable en el sector turismo de lo que va en este año 2022 gracias a la gran influencia de extranjeros con una participación del 37,7% que visitan nuestro país.

El gobierno ecuatoriano emitió la ley reformativa al código del trabajo y ley del servicio público el 16 de diciembre del 2016 para el traslado de feriados nacionales y locales.

Fuente **Registro Oficial Suplemento 906 de 20-dic.-2016 emite Presidencia de la república - Rafael Correa Delgado, presidente Constitucional de la República;** para impulsar el desarrollo turístico.

Además, el gobierno central ha implementado una línea de créditos destinado específicamente para el desarrollo turístico podemos encontrar esta línea de crédito en el BanEcuador que es una entidad pública.

## **BANECUADOR**

Las características principales de esta línea de crédito son las siguientes:

**Tabla 1**

<b>Monto</b>	Desde \$50 hasta \$3.000.00 millones
<b>Tasa</b>	12,25%
<b>Plazo</b>	1 año mínimo – 10 años máximo
<b>Garantías</b>	Menos \$20.000 garantía personal – mas \$20.000 garantía hipotecaria
<b>Periodo de Gracias</b>	6 meses

**Nota:** Para obtener este tipo de créditos deben de presentar el certificado acreditado del ministerio de turismo.

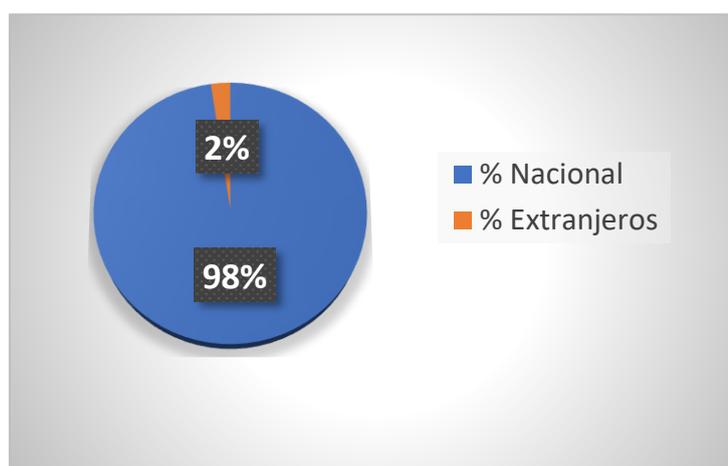
**Corporación Financiera Nacional** – No están entregando créditos de lo que van en el año 2022

El financiamiento del cantón Gualaquiza es muy escaso para la actividad turística, sin tener una línea de crédito en las entidades de la localidad como es Banco de Loja, CACPEG, Jardín Azuayo, Mushuc Runa, COOPERCO y COOPMEGO.

El turismo del cantón Gualaquiza de enero a agosto del año 2022 mantiene las siguientes cifras estadísticas del número de ingresos de turistas:

**Figura 3**

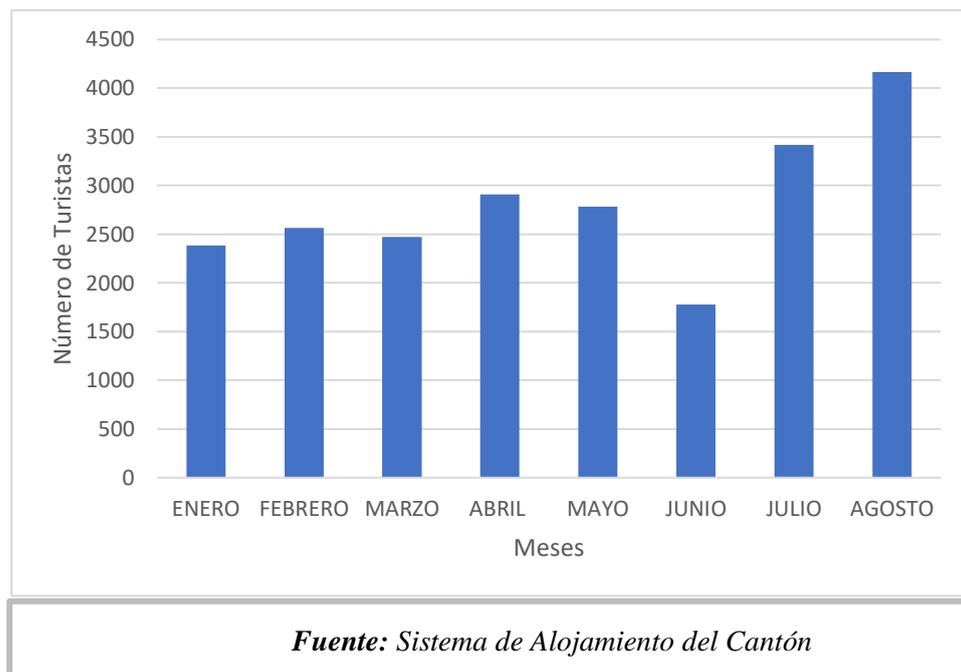
*Ingreso De Turistas 2022*



El ingreso de turistas extranjeros en el cantón Gualaquiza es de tan solo 2%, lo que muestra que hay más influencia de turistas nacionales con un 98% a nuestro cantón hay que trabajar arduamente para poder promocionar los lugares turísticos, para que más turistas extranjeros puedan conocer de sus atractivos naturales que ofrece el cantón Gualaquiza.

**Figura 4**

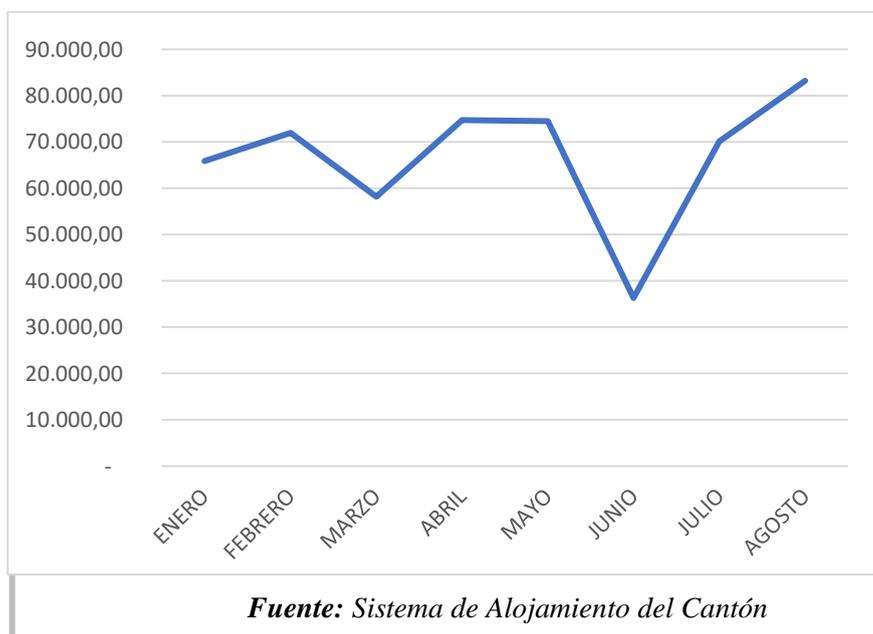
***Ingreso De Turistas***



De acuerdo al ingreso de turistas en el cantón Gualaquiza podemos observar que en el mes de agosto hay mayor influencia de turistas con un total de 4.164 personas esto se debe a que se celebran las fiestas de la cantonización del 5 al 16 de agosto mientras que en el mes de junio es el mes donde menos turistas visitan Gualaquiza; alrededor de 1.779 personas ingresaron esto se debe a que es un mes que empiezan las vacaciones del año lectivo escolar.

**Figura 5**

***Ingresos Económicos Por Alojamiento***



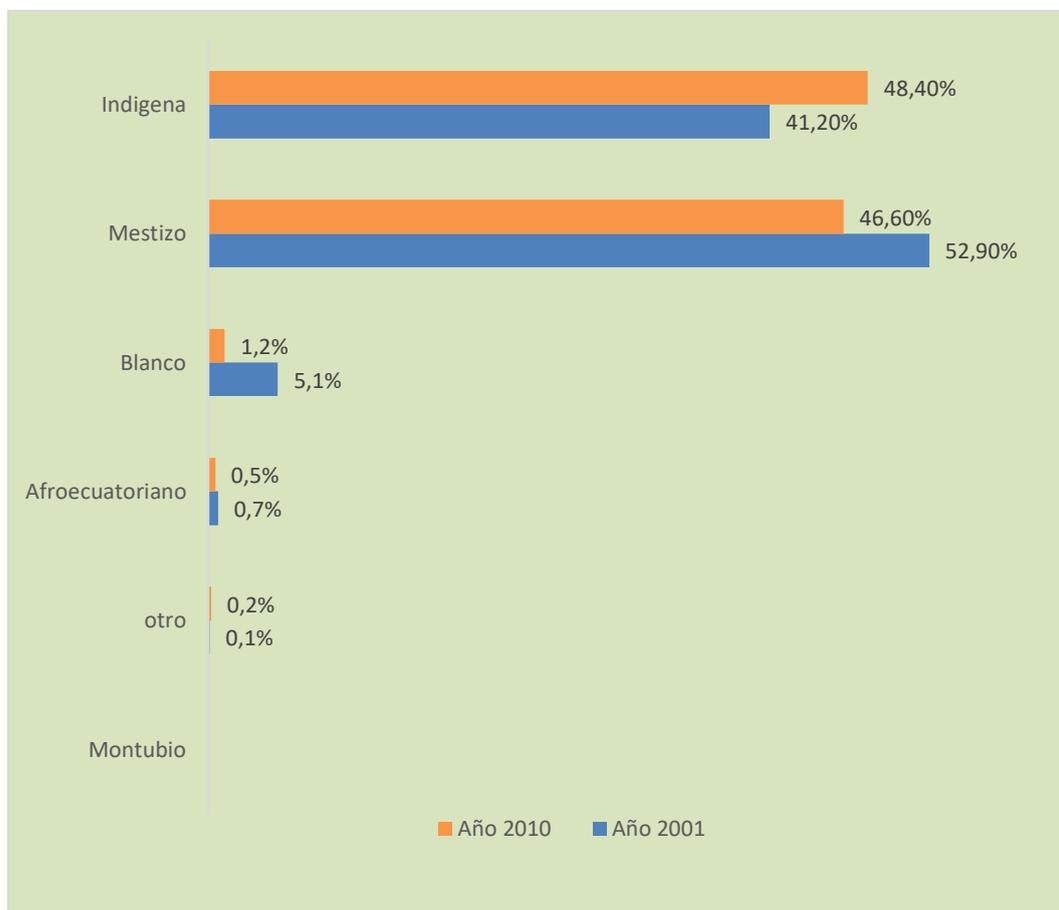
En cuanto a los ingresos económicos por alojamiento en el cantón Gualaquiza se puede apreciar que en los meses de febrero- abril-mayo y agosto se tienen mejores ingresos, están entre los \$70.000,00 a \$80.000,00 siendo el mes de junio el mes que menos ingresos da para el cantón Gualaquiza con tan solo \$30.000,00.

**2.2.3 Factor Social:**

La población en la provincia de Morona Santiago, según el Censo del 2010, se autoidentifica como Indígena en un 48.40%.

**Figura 6**

*Autoidentificación Provincia de Morona Santiago*



*Fuente: Censo 2010 P.M.S*

Razón por la cual se maneja más el ecoturismo en el cantón Gualaquiza, para compartir con el pueblo shuar de la localidad, el mismo que representa el 38% de la población Gualaquicense.

En el cantón la industria de turismo es más familiar, por lo que no genera mucha fuente de empleo por el momento, por su poco desarrollo.

**Tabla 2**

<b>EMPLEO EN ALOJAMIENTO</b>	
Varones	5
Mujeres	20
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

*Fuente: Estadísticas GAD Gualaquiza.*

Como dato estadístico del turismo en Gualaquiza solo se tiene datos de empleo en alojamiento y estos son en su mayoría más mujeres que varones.

Las nacionalidades que más visitan nuestro país son las siguientes, al cual se debe enfocar para el desarrollo del turismo.

**Tabla 3**

*Entrada Internacionales a Ecuador*

<b>ENTRADAS INTERNACIONALES</b>		
<b>Mercado de origen</b>	<b>Entrada de Participantes</b>	<b>% Participación</b>
Estados Unidos	387.406	38,41%
Colombia	141.835	14,06%
España	96.509	9,75%
Perú	70.966	7,04%
Chile	22.603	2,24%
Brasil	21.177	2,10%
México	20.125	2,00%
Alemania	20.063	1,99%
Reino Unido	19.892	1,97%
Canadá	19.826	1,97%
Italia	18.937	1,88%
Panamá	15.695	1,56%
Francia	14.902	1,48%
Argentina	14.177	1,41%
Ecuador	13.950	1,38%
Países Bajos	11.617	1,15%
Suiza	8.018	0,79%
China	6.535	0,65%
Venezuela	6.405	0,64%

Costa rica	5.807	0,58%
Israel	5.686	0,56%
Bélgica	5.487	0,54%
República Dominicana	4.179	0,41%
Filipinas	3.157	0,31%
Dinamarca	3.140	0,31%
Bolivia	3.028	0,30%

*Fuente: Ministerio de turismo*

Con estos antecedentes se debe enfocar con mayor esmero en la atracción de turistas extranjeros, impulsando el ecoturismo de la zona.

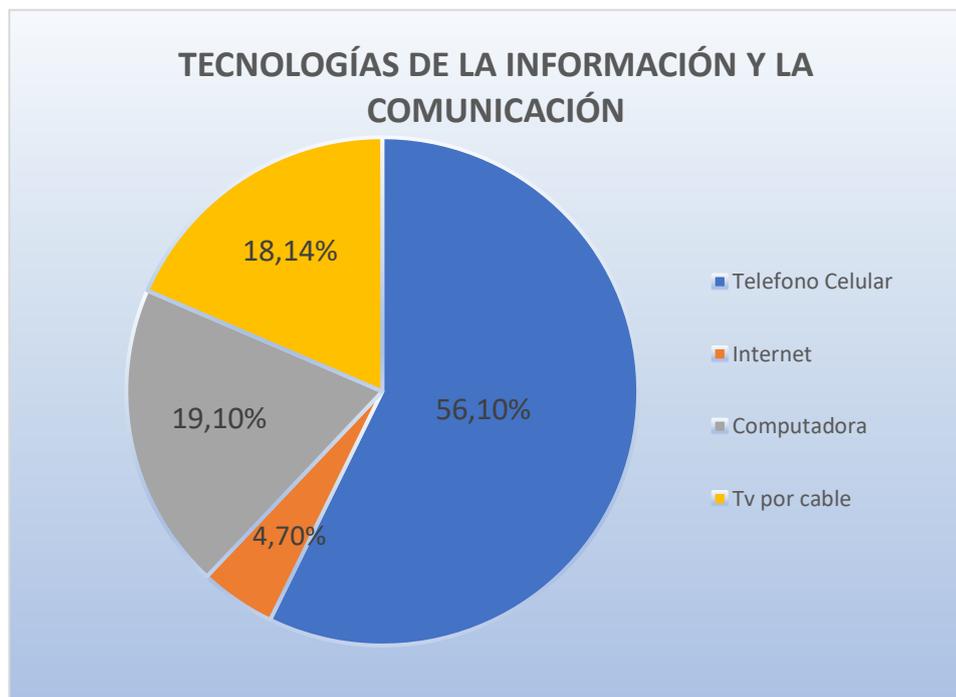
Para incentivar la actividad turística, el GAD Gualaquiza se encuentra permanente facilitando cursos de actividades para el desarrollo de esta área a los servidores turísticos del cantón como gastronomía, coctelería, taller de conocimiento de la cultura shuar.

#### **2.2.4 Factor Tecnológico**

La Tecnología ha permitido el impulso de la industria de turismo del cantón Gualaquiza a través de las redes sociales.

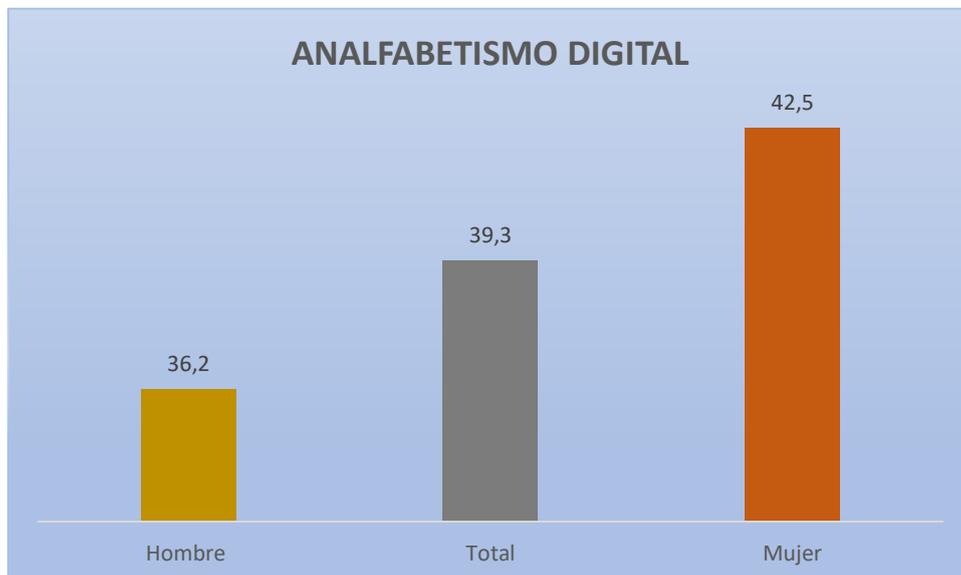
Estos datos corresponden a toda la provincia de Morona Santiago, en el censo del año 2010, han existido algunos cambios hasta la presente fecha después de la pandemia del COVID19, la mayoría de las viviendas hicieron uso de la tecnología.

**Figura 7**



*Fuente: CENSO INEC 2010 – Morona Santiago*

**Figura 8**



*Fuente: CENSO INEC 2010 – Morona Santiago*

Debido a que se maneja el ecoturismo en el cantón, el desarrollo de la tecnología es baja, los pagos por los servicios en su mayoría se realizan con dinero en efectivo, ya que no cuenta con terminal para cobros con tarjetas de crédito.

### **2.2.5 Factor Ecológico**

El GAD Municipal del Cantón Gualaquiza, el 19 de junio aprobó la Ordenanza de Creación y Regulación del Área Ecológica de Conservación Municipal (AECMR); área que tiene una superficie de 87.975,65 hectáreas y cubre principalmente ecosistemas considerados sensibles como: páramos, bosques montanos y piemontanos de los territorios de las parroquias rurales de: Amazonas, Bermejos, Nueva Tarqui, Bomboiza, Chigüinda, El Rosario, San Miguel de Cuyes, El Ideal y la parroquia urbana de Gualaquiza.

Entre los principales objetivos de creación están:

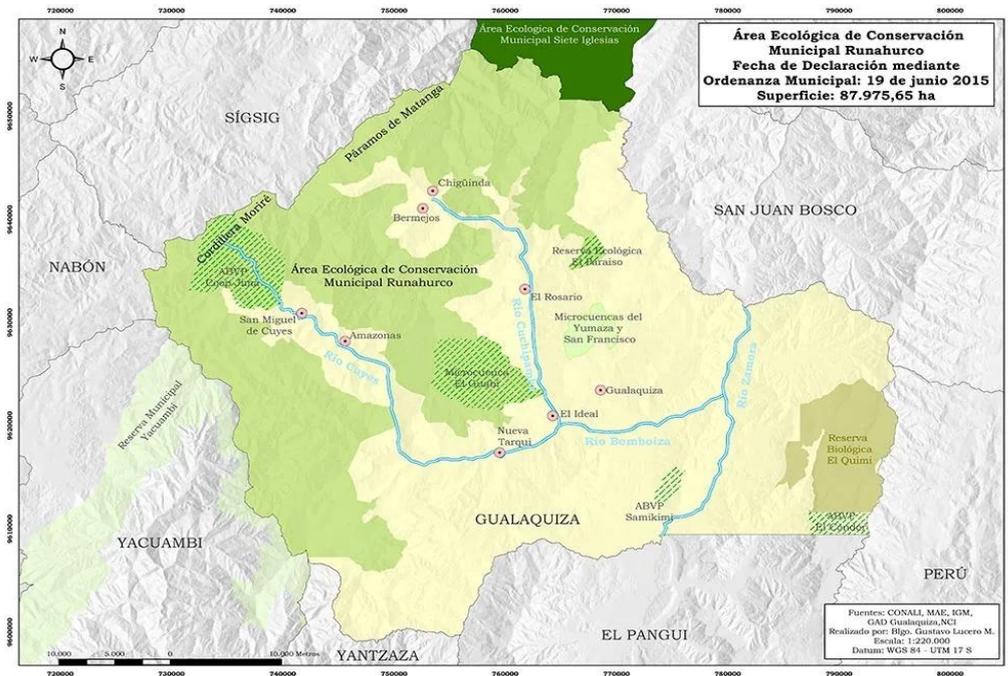
- Conservar la diversidad biológica y cultural
- Contribuir con la conectividad ecosistémica en el Corredor Sangay – Podocarpus
- Proteger los servicios ambientales, siendo uno de los principales la provisión de agua
- Prevenir la contaminación
- Promover el uso sostenible de los recursos naturales, con implicación en el ecoturismo.

Dentro del área Runahurco se encuentra el Área de Conservación y Reserva Ecológica "El Paraíso", cubre un área de 588,907 hectáreas.

El sector turista del cantón maneja el ecoturismo dando conocer los atractivos naturales y la cultura shuar.

**Figura 9**

**Mapa área de conservación Runahurco**



*Fuente: Gad Gualaquiza.*

**2.2.6 Factor Legal**

**Ministerio de Turismo.**

**REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.**

Decreto Ejecutivo 1186

Registro Oficial 244 de 05-ene.-2004

Ultima modificación: 22-ene.-2015

Estado: Vigente

**Art. 1.- Objeto.** - Las normas contenidas en este reglamento tienen por objeto establecer los instrumentos y procedimientos de aplicación de la ley; el establecimiento de los procedimientos generales de coordinación institucional; y, la actualización general de las

normas jurídicas secundarias del sector turístico expedida con anterioridad a la expedición de la Ley de Turismo.

## **CAPITULO II DEL REGISTRO UNICO DE TURISMO**

**Art. 47.-** Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

## **CAPITULO IV DE LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

**Art. 55.-** Requisito previo para la operación. - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

**Art. 56.-** Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento. - A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

**Art. 57.-** Autoridad administrativa. - El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son estos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.

**Art. 58.-** Establecimiento de requisitos. - El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

El GAD Gualaquiza ha emitido la ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGULA, PLANIFICA, CONTROLA Y GESTIONA LAS FACULTADES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CANTÓN GUALAQUIZA Y LA DETERMINACIÓN DE LA TASA DE OTORGAMIENTO DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LUAF), el 20 de mayo del 2022

En el mismo que se encuentra ente otros puntos los siguientes:

**Art. 13.- OBLIGACIONES DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

1. Obtener el Registro Nacional de Turismo de la autoridad nacional de turismo;
2. Obtener la LUAF del GAD Municipal de Gualaquiza previo el cumplimiento de todos los requisitos;
3. Exponer la LUAF en un lugar visible para las autoridades de control;
4. Cumplir con las normas técnicas establecidas por la autoridad nacional de turismo y demás entes de control;

5. Cumplir con todos los requisitos legales necesarios para poder obtener la condición de prestador de servicios turísticos y mantenerlos por el tiempo que dure la misma;
6. Informar a los usuarios sobre las condiciones de los servicios que ofrezca y cumplir con éstas para con el usuario, ocuparse del buen funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones y demás bienes usados en la prestación de sus servicios;
7. Propiciar un entorno seguro y apropiado para el turista y sus bienes, en las instalaciones a cargo del prestador de los servicios y en los lugares donde se prestan sus servicios;
8. Mantener actualizados los planes de contingencia y prevención de riesgos.
9. Asegurar la capacitación constante y efectiva de sus trabajadores.
10. Cumplir con la normativa vigente para el tipo de servicio que brinda;
11. Velar por la conservación del patrimonio turístico que sea objeto de su actividad;
12. Prestar los servicios turísticos sin discriminación alguna, en los términos establecidos en la Constitución de la República del Ecuador;
13. Facilitar al personal autorizado del GAD Municipal de Gualaquiza toda la información e insumos para las inspecciones y controles que fueren necesarios, a efectos de verificar el cumplimiento de la normativa y de los requisitos solicitados para la LUAF;
14. Cumplir con el horario de funcionamiento establecidos por las autoridades competentes.
15. Proporcionar o facilitar al personal autorizado del GAD Municipal de Gualaquiza datos estadísticos e información del registro de visitantes o usuarios,
16. Acatar todas las disposiciones de organismos del gobierno nacional y seccionales referentes a bioseguridad y disminución de riesgos de contagios o contaminación que atenten contra la salud de la población en general.

17. Cumplir con lo especificado en las normas técnicas ecuatorianas de accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico;
18. Mantener el establecimiento y sus entornos limpios a fin de garantizar la buena imagen del local y del cantón.
19. Garantizar el manejo adecuado de residuos sólidos y líquidos provenientes de la operación normal de los servicios turísticos brindados, y;
20. Las demás que establezca en las normativas nacionales y locales vigentes y la presente ordenanza.

### **2.3 Fuerzas de PORTER**

Las 5 fuerzas de Porter es una herramienta estratégica que se utiliza para medir los negocios, empresas el mismo que permite analizar cuáles son las oportunidades y amenazas que tiene la empresa permitiendo así conseguir una mayor ventaja competitiva en el sector y a su vez también analizar el atractivo y la rentabilidad potencial de un sector empresarial.

#### **2.3.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Los competidores por trayectoria y que actualmente afrontan los locales comerciales son de emprendimientos locales, no existe inversión privada de grandes inversionistas.

Los siguientes son los locales que actualmente están en funcionamiento de acuerdo a su actividad.

**Tabla 4***Servicio de hospedaje según su clasificación*

<b>HOTELES</b>	<b>HOSTAL</b>	<b>HOSTERIAS</b>
HOTEL INTERNACIONAL	HOSTAL EL PARAISO	SEÑORIAL DEL CHURO
HOTEL MERCEDITAS	HOSTAL CHIGUINDA	PARQUE ACUATICO EL BAMBU
HOTEL SELVA VERDE	HOSTAL JOSUE	BAÑARIO LOS JUANES
GRAN HOTEL	HOSTAL KALETA	CAMPO PARAISO
GUALAQUIZA	HOSTAL ANITA	
HOTEL WAKIZ	HOSTAL POSADA DE LEÓN	

*Fuente: GAD Gualaquiza.***Tabla 5***Servicio de alimentación según su clasificación*

<b>RESTAURANTES</b>	<b>CAFETERIAS</b>
POLITO	NICE CREAM
PARRILADA LOS GATOS	LOS ASADOS DEL PARQUE
EL FOGON	
OYE GATO	
LA HUECA DEL GORDO	

*Fuente: GAD Gualaquiza*

**Tabla 6***Espacios de recreación nocturno según su clasificación*

<b>BARES</b>	<b>DISCOTECAS</b>
MONTREAL	THE AVENUE NIGTH CLUB
EL TANGARA	LOUNGE
LA HUECA DE EVO GUALAQUIZA	JEYSSON
FOREVER	ONE CLUB
LA ESPAÑOLA DE GUALAQUIZA	MAMBO DISCO CLUB
ACUARIO URITA	
BAR ZONA VIP	
YANTANA DE LA AMAZONÍA	
MILLDOÑEZ	
PERLA NAPOLES BAR	
LOS PINCHOS	
MONKEY JUNGLE	
EL PADRINO DE GUALAQUIZA	
OMICRON GUALAQUIZA	
LUCY`S	

*Fuente: GAD Gualaquiza.*

### **2.3.2 Rivalidad entre competidores existentes.**

El turismo en cantones vecinos también se está desarrollando en la misma escala que el cantón Gualaquiza, por ejemplo, el turismo en el cantón el Pangui, en el cantón San Juan Bosco, en el cantón Limón Indanza, en el cantón Sígsig el turismo es más desarrollado por el apoyo que se tiene de la provincia del Azuay.

Los centros turísticos de la localidad ofrecen sus atractivos que son naturales y únicos de cada lugar.

Los locales comerciales del centro de la ciudad, que existen actualmente, compiten entre sí, ya que el servicio que ofrecen es muy similar.

### **2.3.3 Amenaza de productos y servicios sustitutos.**

El turismo en cantones vecinos también se está desarrollando en la misma escala que el cantón Gualaquiza, por ejemplo, el turismo en el cantón el Pangui, en el cantón San Juan Bosco, en el cantón Limón Indanza, en el cantón Sígsig que pertenece a la provincia del Azuay, el turismo es más desarrollado por el apoyo que se tiene.

Los centros turísticos de la localidad ofrecen sus atractivos que son naturales y únicos de cada lugar.

Los locales comerciales del centro de la ciudad, que existen actualmente, compiten entre sí, ya que el servicio que ofrecen es muy similar.

### **2.3.4 Poder de negociación del proveedor.**

Los actuales proveedores de los locales son los siguientes:

**Tabla 7**

*Clasificación de proveedores de hoteles*

HOTELES	Proveedores	Poder de negociación
	Equipos de Cocina	El poder de negociación es bajo por la cantidad de productos que se adquiere.
	Material y productos de limpieza	
	Suministros de vajilla	
	Servicio de desarrollo mantenimiento de sistemas informáticos, facturación, registro de clientes.	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 8**

*Clasificación de proveedores de restaurantes*

RESTAURANTES	Proveedores	Poder de negociación
	Proveedores de alimentos Supermercados, Productores Locales	El poder de negociación es bajo por la cantidad de productos que se adquiere.
	Utensilios de Cocina	
	Mobiliario y complementos	

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 9**

*Clasificación de proveedores de Discotecas*

BARES	Proveedores	Poder de negociación
	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	Se tiene poder de negociación por la compra de bebidas alcohólicas que se adquiere en los otros ítems no se tiene poder de negociación en los confites.
	Equipos y mobiliario	
	Tabacos, mentas, chupetes, fósforos	
	Productos de Limpieza	

*Fuente: Elaboración Propia*

### 2.3.5 Poder de negociación del cliente.

En los restaurant, hoteles y bares, no existe negociación por la cantidad de productos que se adquiriera, ya son precios fijos establecidos.

## 2.4 Matriz FODA

Para levantar información sobre los atractivos turísticos para el plan de marketing turístico para el cantón Gualaquiza es oportuno hacer un análisis FODA, este nos ayudará a conocer las Fortalezas que tiene el cantón para ser comunicados, Oportunidades factores externos que el cantón puede capitalizar o utilizar en su beneficio, Debilidades que son aspectos críticos que hay que cambiar y las Amenazas que son factores negativos que impiden que se logre los objetivos que se plantean en nuestro proyecto de investigación.



		<b>FACTORES INTERNOS</b>		
<b>FACTORES EXTERNOS</b>			<b>FORTALEZA</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diversidad de atractivos naturales</li> <li>2. Capacitación por parte del Gad municipal sobre temas netamente de turismo.</li> <li>3. Existencia de impulso local</li> <li>4. Marco normativo fortalecedor e incentivador</li> </ol>	<b>DEBILIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La infraestructura es limitada</li> <li>2. Medios de transporte</li> <li>3. Baja iniciativa local emprendedora</li> <li>4. Falta de confianza en las capacidades propias (porque no hacer algo más servicio)</li> <li>5. Problemas de financiación</li> <li>6. Falta de mayor formación y capacitación</li> <li>7. Desconocimiento de los canales de promoción</li> </ol>
		<b>OPORTUNIDADES</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generación de empleo</li> <li>2. Oportunidad de fortalecer y valorar la cultura y tradiciones locales</li> <li>3. Posibilidad de aumentar los ingresos y niveles de vida de las personas</li> <li>4. Existe interés en la administración del Gad Gualaquiza por fomentar el turismo</li> <li>5. Alianzas estratégicas – operadoras turísticas</li> </ol>	<b>ESTRATEGIA – FO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Excelentes lugares turísticos para impulsar</li> <li>2. Buena atención al turista</li> <li>3. Precios cómodos</li> <li>4. Alianza entre el GAD Municipal y los lugares turísticos.</li> </ol>	<b>ESTRATEGIA - DO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de promoción turística</li> <li>2. No se tiene venta de paquetes turísticos</li> <li>3. No se cuenta con página oficial de promoción de zonas turísticas.</li> </ol>
		<b>AMENAZAS</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Destinos turísticos similares aledaños a la zona</li> <li>2. Temporalidad Marcada</li> <li>3. Posibilidad de impactos ambientales sobre los recursos naturales de la zona</li> <li>4. Mayor demanda de Infraestructura por parte de los clientes</li> <li>5. Aumento de inseguridad en el cantón</li> <li>6. Desastres naturales</li> </ol>	<b>ESTRATEGIA – FA</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contar con estrategias que permitan hacer alianza entre los lugares turísticos de la zona para hacer frente a la competencia de otros cantones.</li> <li>2. Falta de personal capacitado en técnicas de atención al cliente.</li> </ol>	<b>ESTRATEGIA - DA</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer al mercado y el segmento</li> <li>2. Permitir minimizar la falta de experiencia y superar las estrategias más atractivas aplicadas por la competencia, cantones aledaños.</li> <li>3. Adoptar una estrategia para la creación de proyectos de implementación de protección y desarrollo de la zona turística.</li> <li>4. Realizar un plan estratégico para consolidar su imagen de turismo.</li> </ol>

*Fuente: Elaboración Propia*

## CAPITULO 3

### Investigación de Mercados

#### 3.1 Investigación Cualitativa

Una investigación cualitativa nos permite obtener información (no numérica) de la sociedad sobre opiniones, creencias, experiencias, comportamientos es por ello que se realizó esta investigación para poder conocer diferentes criterios de personas netamente expertas en el tema de turismo ayudando a obtener una mejor comprensión de conceptos sociales y culturales, el mismo que ayudara para aplicar a nuestro tema de investigación Plan de Marketing turístico en el cantón Gualaquiza.

##### 3.1.1. Entrevista a Expertos

Para hacer la investigación cualitativa se realizó entrevistas a expertos del turismo y expertos de Marketing turístico los cuales tenían que cumplir con los siguientes perfiles:

##### 1. Perfil Experto Turismo

- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 40 – 60 años
- **Experiencia:** Trabajado en turismo en empresa pública o privada (10 años de experiencia).
- Resida o tenga negocios de turismo en Gualaquiza

##### 2. Perfil Experto en Marketing Turístico

- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 30 – 60 años
- **Experiencia:** Persona que tenga conocimiento sobre el tema de marketing turístico

#### Guion 1

**Entrevista:** Expertos en Turismo

Variable	Pregunta
Político	¿La primera autoridad del cantón de qué manera ha sabido promover e incentivar los lugares turísticos a nivel local?

Económico	¿De qué manera los GAD Municipales pueden estimular el desarrollo de empresas turísticas siendo estas agencias de viajes, transportes, alojamiento, alimentación, recreativas y complementarias?
Social	¿Qué medio es el más adecuado para trasladar una experiencia única y memorable en el turismo de Gualaquiza?
Tecnológico	¿Cree usted que es necesario la adopción de tecnologías innovadoras para mejorar la experiencia turística y moldear la oferta turística? ¿Cuáles por ejemplo?
Ecológico	¿Qué medios ecológicos se deben conservar al momento de realizar la actividad turística?
Debilidades	¿Qué considera usted que le hace falta mejorar al cantón para atraer mayor cantidad de turistas?
Oportunidades	¿Considera usted que Gualaquiza está integrada al desarrollo y organización de actividades turísticas?
Fortalezas	¿Cuál es su criterio respecto al atractivo turístico del cantón Gualaquiza?
Amenaza de Productos y servicios Sustitutos	¿Cree usted que Gualaquiza estará dispuesto a participar en convenios con otras empresas para impulsar el turismo del cantón y para ofrecer sus productos en un paquete turístico?

## Guion 2

### Entrevista Expertos en Marketing Turístico

<b>Variables</b>	<b>Preguntas</b>
<b>Amenaza de entrada de nuevos competidores</b>	¿Qué estrategias de marketing turístico deben de implementar los negocios de turismo ya existentes en la localidad?
<b>Rivalidad entre competidores existentes.</b>	¿Se debe realizar un análisis del turismo de cantones aledaños, para tener nuestras características diferenciadoras?
<b>Amenaza de productos y servicios sustitutos</b>	¿Para fortalecer la actividad de ecoturismo que estrategias de marketing se debe de implementar para atraer mayor cantidad de turistas?
<b>Poder de negociación del proveedor</b>	¿En el turismo el proveedor tiene poder de negociar con sus proveedores, por ejemplo, proveedores de alimentos, de lencería, de implementos, etc.?
<b>Poder de negociación del cliente</b>	¿Dentro de las actividades de turismo el cliente puede negociar con su proveedor, por ejemplo, por el número de personas en un grupo?

## **Informe de Entrevista a Expertos de Turismo**

Jorge Ávila Prado, Ingeniero en Empresas Ecoturísticas, Tecnólogo en Empresas Ecoturísticas, Guía Especializado de Turismo con Suficiencia en Inglés, Administrador del Balneario los Juanes y Propietario del restaurant Casa Mia Pasta Grill & Café, con 16 años de experiencia en el área de turismo.

La primera autoridad del cantón Gualaquiza ha realizado apariciones esporádicas, no es lo que el cantón necesita, se debe trabajar en un plan a largo plazo, no ser inmediatistas, solo fomentar los lugares turísticos en ciertas ocasiones, se debe manejar información de manera permanente de los lugares turísticos, para posicionarlos.

Se debe entender el rol que juega cada una de las instituciones tanto públicas y privadas, ya que nos llevan a un objetivo común que es el desarrollo de la industria turística, la función del GAD, es la de posicionar el destino turístico garantizando el acceso a los atractivos turísticos naturales o culturales, las empresas privadas como las operadoras de turismo, los taxistas, los guías puedan acceder a esos sitios, también las rutas y circuitos deben estar debidamente señalizados sobre fauna, flora, hospedaje, el GAD debe trabajar en el posicionamiento del destino, accesibilidad y señalización, cumplidas estas tres características la parte operativa que es la parte privada, puede realizar un trabajo extraordinario. La suma del trabajo del GAD y la empresa privada, se puede tener mejores condiciones y mejores resultados en apreciación del recurso, el fin del cantón es que el turista se lleve un grato recuerdo.

El mejor medio de comunicación en este momento son las redes sociales a través de una entrevista de una experiencia, de yo hice esto y los resultados fueron maravillosos depende mucho del tipo de turista, tipo de actividad y quienes estuvieron inversos en el tipo de actividad. Un gran ejemplo fue en el tipo de turistas que hace tres años vinieron

17 mujeres adultas sobre los 55 años ex alumnas salesianas las mismas que visitaron Gualaquiza hicieron una experiencia de tres días dos noches y redactaron una carta de la experiencia vivida en el grupo y esa carta abrió espacios para que otras personas del mismo colegio llamaran y quisieran visitar Gualaquiza no fue necesario ni una entrevista ni una foto, simplemente lo que transmitieron en aquella carta. Es cuestión de utilizar todos los medios, cartas, sketch, fotografías dependiendo siempre del tipo de rango, tipo de turista y tipo de actividad.

Una tecnología innovadora para mejorar la actividad turística dependería de que es lo que queremos sacar que vean otros que yo no veo o que yo no vivo, esta sería algo visual como por ejemplo los drones hay que aprovechar para hacer imágenes paisajísticas. En el marketing se debe de considerar elementos e imágenes que a veces no son visibilizadas como un atractivo turístico, se ve claramente en el mercado de Gualaquiza que debe ser el punto de partida de toda empresa operativa que quiera hacer turismo ya que vista desde el punto de mercadotecnia al mercado se debería considerar la base a las que confluyen todas las venas de Gualaquiza ya que se tiene contacto humano, contacto con la naturaleza, contacto con la agricultura esta es la radiografía del cantón. El 90% de vendedores en el mercado son mujeres y casi el 100% son gente del campo las mismas que son responsable de sus huertas ya que el hombre hoy en día dejó eso para irse a la mina, irse a EE.UU., irse al taxi o camión entonces quienes nos están proveyendo de alimentos y generando producción son las mujeres del campo de Gualaquiza.

La Conservación a través de la optimización del recurso es un gran elemento para conservar todo aquello que implique un atractivo visual o un atractivo tangible por ejemplo un árbol, la naturaleza en si, por lo tanto, todo eso se debe conservar, algo que no están haciendo es controlar la venta de orquídeas, Bermejós tienen una gran variedad

de las mismas, pero si cambias de su entorno no va a florecer es por ello que se debe conservar lo natural, debe ser conservado en su hábitat. En lo cultural se ha perdido su identidad hoy en día se debería recuperar hablando turísticamente costumbres y tradiciones del grupo étnico shuar partiendo del idioma si no se recupera estamos mostrando una imagen que no es verdad; debemos hacer un mercadeo de la cultura shuar ya en su siguiente faceta de vida que ya no es la de selva si no la parte comercial y eso está en el mercado.

Para hablar sobre qué es lo que le hace falta a Gualaquiza para atraer más turistas hay que hacer una radiografía del cantón como recurso natural y cultural hoy en día en que condiciones está hablando turísticamente. Al cantón le falta color hay q empezar cambiando los colores de las casas esto partiendo de una ordenanza donde se de color a nuestras casas, les falta flores a los balcones si se da vida a aquello cambiamos la visibilidad del entorno, el cantón no es la zona urbana, el cantón es el conjunto de zona urbana y zona rural, otra cosa que se puede mejorar en Gualaquiza para atraer turistas seria mejorar los canales de información de lo que tenemos y de lo que hacemos, mejorar en número la cantidad de gente que puede mostrar Gualaquiza tiene que haber una Base de datos alternativa para que la gente que visita tenga varias fuentes y esa base de datos tiene que estar en el internet, también nos falta tener más gente preparada, nos hace falta capacitar ,mejorar, incrementar el número de personas que puedan mostrar el trabajo en la parte operativa.

Gualaquiza es Amazonía desde Sucumbíos hasta Zamora, ese es su corredor turístico amazónico, está ubicada en la parte sur. El cantón no está integrado turísticamente a este corredor porque nos falta diseñar un corredor, ruta y circuito es decir macro- corredor, meso ruta, micro- circuito, el corredor cruza, la ruta se incluye y el circuito recorre.

Gualaquiza está dentro de un corredor, pero con rutas que no están trabajadas y por ende nuestros circuitos dentro de la ruta son débiles entonces para desarrollar un circuito se debe tener accesibilidad, señalética, información, coordinación, organización con los ganaderos y productores de panelas etc. Por ejemplo, visito las molindas todo está vinculado al corredor amazónico por lo tanto también hace falta mejorar circuitos definir rutas e incorporarnos al corredor.

El atractivo turístico del cantón Gualaquiza está en un proceso de consolidación porque al tener muchísimo potencial no cuenta con elementos suficientes como para poder desarrollar un producto turístico. El atractivo turístico del cantón está en un proceso de construcción, pero de una manera muy lenta y con elementos que no están siendo canalizados correctamente para consolidar un producto turístico. Al cantón Gualaquiza solo se lo ha considerado como natural y cultural por sus atractivos turísticos, pero existen otros elementos que deberían tomar en cuenta para que el producto final sea más variable. La mayor riqueza turística que tiene Gualaquiza está en su gente en su forma de ser y ese es un punto a favor de Gualaquiza.

### **Nube de entrevista**



### **Informe de Entrevista a Experto en Marketing Turístico**

Natalia Rincón; Licenciada en Turismo, Magister en Comunicación y Marketing, actualmente docente de la facultad de turismo en la Universidad del Azuay; con 17 años de experiencia académica en el tema de Marketing y turismo.

Antes de hablar de estrategias de marketing turístico se debe tener claro que es el producto turístico ya que el mismo tiene diferentes condiciones en el ámbito turístico, se maneja un producto intangible que se vuelve tangible en el momento que se consume, esta sería la diferencia en esta área. Entender la esencia de un producto turístico es importante ya que para generar un producto ya sea de alojamiento, alimentación u operación pueden generar distintas actividades dentro de la planta turística o planta de servicios turísticos sin embargo el producto turístico puede ser un producto básico o puede ser un producto auxiliar agregado y demás. Es decir, se suma lo que es un atractivo turístico sea este un

recurso natural o cultural de acuerdo a lo que manda el ministerio de turismo, pero ha esto se le suma la parte de servicios y empresas a tener una agregabilidad por lo tanto se tiene que tener claro cuál es la esencia del producto turístico para poder obtener esa base de estrategia.

Se recomienda hacer estudios de mercado ya que es la base que ayudará a ver cuál va a ser tu mercado objetivo a quien vas a atraer y a quien no, que es lo que quiere y no tu cliente y que le gustaría tener a partir de aquello se genera las estrategias de marketing. Una buena estrategia para aplicar es el Marketing de Guerrilla ya que este lo que hace es utilizar espacios en la ciudad obviamente con el permiso para generar una imagen que sea mucho más fuerte para captar la atención de las personas un claro ejemplo es en Argentina - Buenos Aires con uno de los íconos que es Mafalda, generan una banca y le ponen a Mafalda entonces todos quieren tomarse una foto ahí, es una muy buena estrategia donde das un espacio físico para promocionar tu lugar y también el comportamiento del consumidor es sumamente interesante para saber y generar más estrategias. El estudio de mercado también te ayuda a la aparte cuantitativa sea más rápida pero la cualitativa dependiendo de la estrategia que hagas ya sean estos grupos focales, entrevistas a profundidad y demás, sale diferentes puntos de vista que puede ser el enchance para poder tener una estrategia valedera.

El Marketing de servicios juega un rol muy importante para hacer otra estrategia la misma que nos permite atraer más turistas es decir por el trato de su gente, para esto se necesita mucha capacitación no solamente con la gente que presta servicios turísticos sino con la gente de la localidad.

El Ecuador es muy egoísta por decirlo así en el buen sentido, cada provincia, cada cantón hace lo suyo, pero no se piensa que para que el turismo funcione tiene que tener un

encadenamiento, es decir hasta qué punto me tengo que diferenciar y hasta qué punto no pero lo que sí se puede trabajar alrededor de los cantones es aplicar lo que se llama rutas y al hablar de rutas tenemos que generar una ruta temática esto se ha dado mucho en otros países como Europa, Chile, México, Perú, Colombia, Argentina entonces un claro ejemplo de rutas temáticas es la ruta Santiago de Compostela en España la misma que unifica dos países Francia y Portugal a pesar que es la misma ruta se visita todo lo que está relacionado a la parte religiosa y son sumamente diferentes siempre va haber ese toque diferente ya sea el ambiente, la gente eso puede generar ese cambio de conducta.

Siempre hay que buscar que quiero, que me diferencie o que hago para sumarme, sería una buena acción unirse y vendernos como zonal 6 para vender y ofrecer nuestros productos, pero por la utopía de las políticas no se ha podido lograr eso.

Para fortalecer la actividad del ecoturismo se debe aplicar la estrategia del Marketing verde o Marketing ecológico el mismo que realiza estrategias comerciales para la venta de productos ecológicos para mostrar la disminución del impacto negativo del medio ambiente. Cuando se habla de ecoturismo se dice que somos amigables con el medio ambiente, no debe de quedar de la boca para afuera o en un video o en una fotografía si no hay que ratificar esa experiencia en el momento que el turista este, Por ejemplo en los senderos deben poner plástico reciclado no uno nuevo es decir que todo sea amigable con el ambiente por lo tanto debe de existir una coherencia en la actividad de ecoturismo frente a la experiencia y atractivos que se visita y que todo se demuestre que sea amigable con el medio ambiente. Existe diferente gente que consume uno de ellos son los LOHAS que son personas que pagan mucho dinero por tener ese tipo de activad, pero también hay los indiferentes que poco o nada les importa, pero saben que están ahí y generan una estrategia de boca a boca.

Es esencial que exista la negociación con los proveedores sobre todo en el ámbito turístico porque el producto tiene una característica que es muy importante, es la caducidad. El producto turístico se consume ese rato no se puede guardar sin embargo el problema que existe en esto es que ya se tiene vendido un paquete turístico pero por problemas de clima las vías están malas o huelgas hacen que el turista ya no quiera ir entonces debe de existir una reglamentación interna vista de la gestión pública es decir que el ministerio diga a los agentes en el ámbito turístico pueden cobrar un 10% por adelantado justamente por base en esto, entonces es básico que exista este espacio y este loving o un porcentaje y que pueda existir ese acuerdo entre los proveedores.

Tiene que haber un estímulo para que el cliente pueda negociar con su proveedor, en el turismo por cada 15 o 20 personas siempre existe una gratuidad y esto permite prorratear el número del costo, del paquete. Así mismo pasa en la parte del alojamiento una parte es que una habitación sencilla y otra es una habitación triple siempre debe de existir promociones hay q buscar la forma de estimular a la gente que venga y visite tu lugar.

### Nube de entrevista



### 3.1.2 Entrevistas a Profundidad

Una entrevista a profundidad lo que hace es conseguir información amplia y profunda sobre experiencias, actitudes, comportamiento, interacción o relación de una persona sobre un objeto, situación, tema concreto expresa con sus propias palabras.

Para realizar la entrevista a profundidad se buscó el siguiente perfil:

#### Perfil del Entrevistado

- **Sexo:** Indistinto
- **Edad:** 25 – 50 años
- **Experiencia:** Usuario del servicio de turismo del cantón.

Resida o no en el cantón en Gualaquiza

#### ¿Por qué este perfil?

El perfil describe a un usuario del servicio de turismo con criterio formado, que nos puede dar un concepto más profundo sobre el turismo en el cantón Gualaquiza.

#### Guion:

##### Entrevista Usuarios del servicio

<b>Variables</b>	<b>Preguntas</b>
<b>Social</b>	¿Qué lugares turísticos a visitado en el Cantón Gualaquiza
<b>Político</b>	¿Como ve usted la inmersión de las autoridades del cantón en el sector turístico?
<b>Tecnológico</b>	¿Qué publicidad del cantón usted ha encontrado en los diferentes medios?
	Factores que motivaron las visitas. a) precio b) ubicación

<b>Económico – Social</b>	c) publicidad d) residencia de familiares e) Otros.
<b>Fortaleza</b>	¿Qué servicios turísticos ha utilizado en sus visitas? a) Guianza b) Gastronómicos c) Transporte d) Tienda artesanal e) Deportes extremos d) Otros.
<b>Debilidad</b>	¿Qué cree usted que es lo que hace falta implementar en el área de turismo?
<b>Fortaleza</b>	¿Para usted que hace a un cantón memorable para querer regresar?
<b>Debilidad - Oportunidad</b>	¿Gualaquiza está preparada para la expansión del turismo? ¿o presenta alguna carencia o limitación en relación a alojamientos, accesos, viabilidad o movilidad dentro del cantón?

### **Informe de Entrevista a Profundidad a Usuario**

Alex Llanos: Usuario turístico del cantón Gualaquiza, Tiene 7 años conociendo y haciendo uso de los servicios turísticos.

Como turista ha visitado diferentes lugares, atractivos naturales, emprendimientos con fines de turismo entre las cuales son la casa del árbol de don Pedro, Balneario natural las CHONTAS, Reserva Ecología el QUIMI, cascadas del GUABI ALTO y de la

DOLOROSA, Área de conservación RUNAURCO, Jardín botánico EL GATO, Playas del IDEAL y sobre todo dos lugares que brindan turismo cultural que son Tsunki Chiriap que queda a unos 20 minutos de Gualaquiza y el proyecto UNSA estos ofrecen servicios ancestrales, limpias etc.

Se ha visto que las autoridades han mostrado un cierto interés para promocionar los sectores turísticos, lo que se puede ver desde afuera es que manejan mucho la publicidad en sus páginas y esto permite llegar a más personas para que conozcan Gualaquiza, también se ha escuchado que el GAD dicta cursos para poder promocionar licencias para ser guías locales, de esa manera se ve que las autoridades gestionan y esto es algo bueno para el desarrollo turístico del cantón. Se considera también que mientras exista más demanda en las actividades turísticas la gente va a mostrar un mayor interés para levantar proyectos, tener más ideas y por ende las autoridades también comienzan a apoyar a los emprendedores y servidores del turismo.

En lo que respecta a publicidad del cantón se ha visto en videos, fotografías, salidas de turismo por feriados, deportes extremos, gastronomía en los diferentes medios de comunicación y en las redes sociales, como es Facebook, se ha podido observar publicidad de los atractivos turísticos que tiene Gualaquiza.

Lo que motiva a visitar Gualaquiza, es sin duda su ubicación, ya que está cerca de las diferentes ciudades como es Cuenca, Loja, Zamora y su clima es muy bueno, el cual juega un punto a su favor y otro factor importante para visitar el cantón es la publicidad, para que vengan a disfrutar de lo que ofrece Gualaquiza, también la residencia ya que por medio de las familias, conocidos y amigos quieren venir a visitar.

Hablando técnicamente de lo que se va a visitar y lo que se va a observar, el servicio turístico que más se utiliza es el de Guianza, como también su gastronomía, deportes

extremos, visitas culturales, servicios de limpieza corporal e historia local, hacen de Gualaquiza una experiencia única.

En lo personal lo que hace falta implementar en el área de turismo, sería sin duda la señalética del lugar ya que a veces la gente que te guía te dice ya llegamos en 5 minutos cuando de verdad falta mucho más tiempo para llegar al lugar del destino, y eso no es muy bien visto desde el punto de turista y haría falta también un poco de infraestructura ya que hay algunos lugares que están abandonados por decirlo así, no porque sea la Amazonía y estemos rodeados de vegetación no se va a poder visualizar las entradas, un estacionamiento, un sendero adecuado, que haya pasamanos en el camino a los lugares turísticos.

Sin duda lo que hace memorable a un cantón para poder regresar es la calidad de su gente, su carisma y Gualaquiza lo tiene, más allá de las experiencias o de que tan buena sea la actividad que realizamos, ya sea un deporte extremo o visitar la mejor cascada, eso está en Gualaquiza y nadie lo va a poder quitar, entonces lo que hace fortalecer al cantón es su calidad de gente.

Gualaquiza si está preparada para la expansión del turismo, pero hay algunas limitaciones como son los accesos hablando de viabilidad, ya que las carreteras no están en muy buenas condiciones y eso hace también perder horas en llegar rápido, siempre se ha escuchado que las vías no están en buen estado. Hablando también sobre las carreteras en lo que respecta de Gualaquiza hacia algunos lugares turísticos no están en óptimas condiciones así que falta trabajar en ese aspecto ya que el Cantón tiene mucho que ofrecer aun, el mismo que tiene una gran variedad de flora, fauna y atractivos turísticos que seguir ofreciendo.

## Nube de Entrevista



### 3.2.1 Encuesta

#### Encuesta para turistas de Gualaquiza

Hola mi nombre es Katherine Ruiz, Estoy realizando mi trabajo de titulación el cual estoy elaborando un "PLAN DE MARKETING TURISTICO EN EL CANTÓN GUALAQUIZA" me gustaría que me ayudes contestando la siguiente encuesta. Su participación es fundamental para el desarrollo de esta investigación. La información es exclusivamente académica. Te llevara 2 minutos. Agradezco tu colaboración.

#### 1. Sexo

Masculino

Femenino

#### 2. Edad

Entre 25y 30  Entre 30 y 45  Entre 45 y 60  Entre 60 o mas

### 3. Estado Civil

Soltero  Casado  Divorciado  Viudo  Otro

### 3. ¿Cómo supo de Gualaquiza?

Por Publicidad [  ] Internet [  ] Amistades [  ] Agencia de viajes [  ] Otros [  ]

### 4. ¿Cuál fue la principal razón para visitar Gualaquiza? Marque una o más respuestas.

Cultura \_\_\_\_\_ Referencias de Amigos \_\_\_\_\_

Clima \_\_\_\_\_ Publicidad (Redes Sociales, Radio o

Ubicación \_\_\_\_\_ Televisión) \_\_\_\_\_

Actividades a realizar \_\_\_\_\_

### 5. ¿Qué lugares ha visitado en Gualaquiza?

1. Balneario las chontas \_\_\_\_\_ 6. Jardín botánico EL GATO \_\_\_\_\_

2. Cascadas la Dolorosa \_\_\_\_\_ 7. Área de conservación \_\_\_\_\_

3. Cascadas el Guabi Alto \_\_\_\_\_ 8. Proyecto UNSA \_\_\_\_\_

4. La casa del árbol \_\_\_\_\_ 9. Otros lugares \_\_\_\_\_

5. Playas el Ideal \_\_\_\_\_

### 6. ¿Qué tipo de actividad turística ha realizado en Gualaquiza? ¿Marque con una x una o más opciones?

a. Senderismo

b. Rafting

- c. Excursión vida silvestre
- d. Sol y rio
- e. Visitas guiadas

**7. ¿Qué tipos de servicios turísticos le gustaría que Gualaquiza integre más? Elija una o varias opciones.**

- Caminatas
- Camping
- Montañismo
- Excursiones
- Ecoturismo
- Deportes Extremos

**8. Evalúe y exprese su valoración del cantón Gualaquiza. Marque con una X siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia.**

	1. Insatisfecho	2.Poco Insatisfecho	3. Normal	4. Satisfactorio	5. Muy Satisfactorio
<b>Carreteras y Caminos</b>					
<b>Señalización</b>					
<b>Información del destino en Internet</b>					
<b>Amabilidad de la gente</b>					
<b>Atención de puntos de Información</b>					

**9. ¿Qué factores considera usted que son importantes a la hora de visitar un atractivo turístico? Marque con una X.**

- [ ] Precio
- [ ] Seguridad

- [ ] Atención al cliente
- [ ] Variedad en los servicios ofertados
- [ ] Otros

**10. ¿Cuántos días en promedio se ha hospedado en Gualaquiza? Marque con una x**

Entre 1 y 3 días

Entre 3 y 6 días

Entre 6 y mas

**11. ¿Con que personas ha realizado frecuentemente su viaje a Gualaquiza? Marque una o más respuestas.**

- Solo
- En familia
- Con pareja
- Con grupo de amigos
- Grupos Organizados

**12. ¿Considera usted que Gualaquiza es un cantón con mucha variedad de servicios turísticos?**

SI  NO

**13. ¿Después de su experiencia Turística, Recomendaría Gualaquiza?**

Muy improbable  Improbable  Probablemente  Muy Probablemente

**14. ¿Considera usted a Gualaquiza como un potencial turístico?**

SI  NO

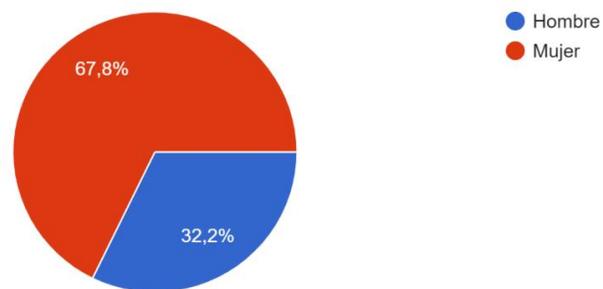
15. ¿Le gustaría que Gualaquiza promocióne más paquetes turísticos y promociones?

SI

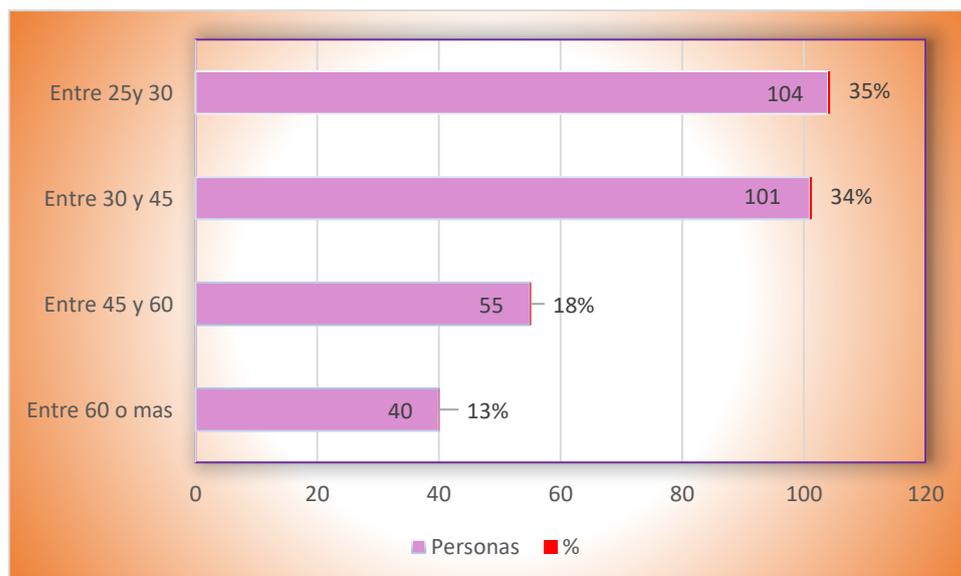
NO

### Resumen de Encuesta Aplicada, Encuesta para turistas de Gualaquiza

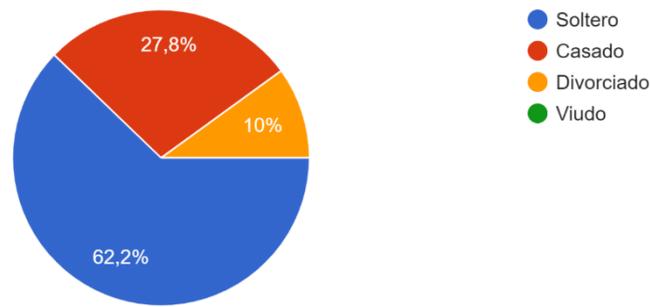
#### 1. Figura 10. Sexo



#### 2. Figura 11. Edad

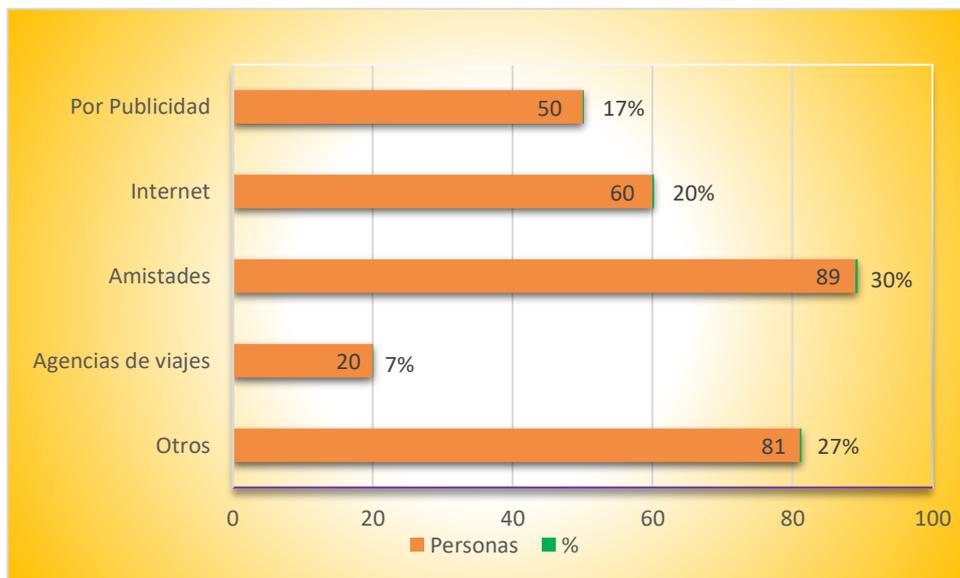


### 3. Figura 12. Estado Civil



### 4. Figura 13. ¿Cómo supo de Gualaquiza?

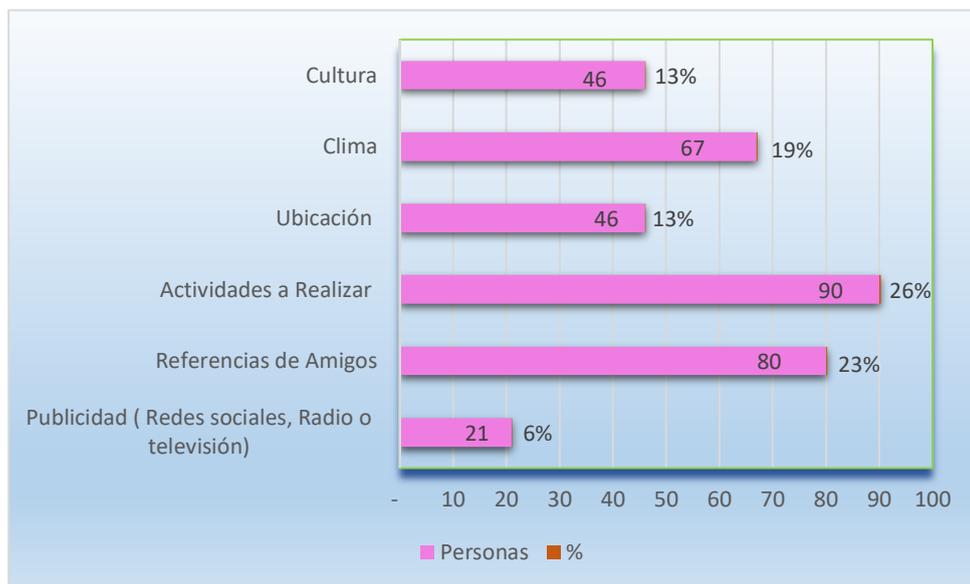
La mejor manera de conocer Gualaquiza es mediante las amistades como se puede apreciar en la figura 13 con un porcentaje del 30% seguido de un 17% por publicidad, así mismo los turistas votaron con un 7% donde dicen conocer menos al cantón mediante agencias de viajes.



### 5. Figura 14. ¿Cuál fue la principal razón para visitar Gualaquiza? Marque una o más respuestas.

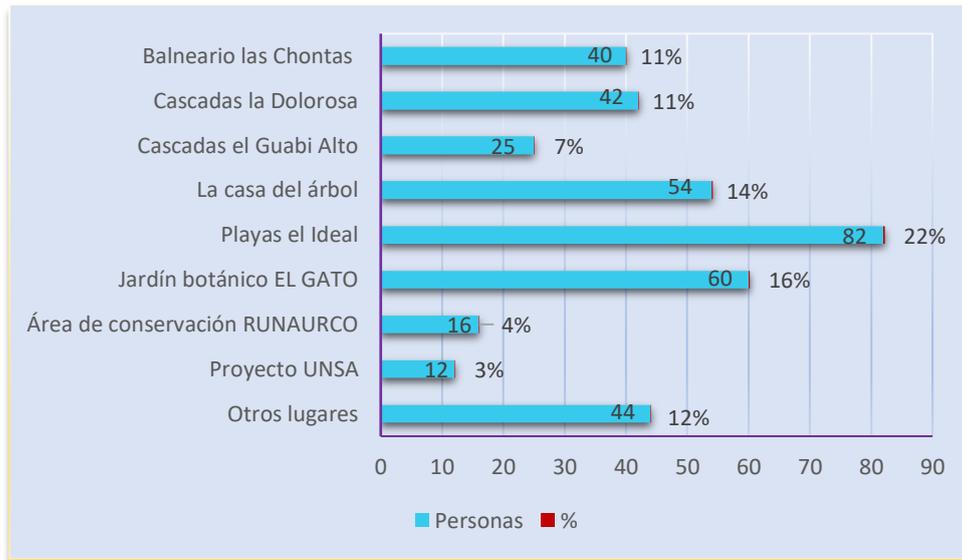
El 26% de los encuestados dicen que su principal razón para visitar el cantón Gualaquiza es por sus actividades a realizar y con un 23% por referencias

de amigos también se puede apreciar con un 6% pocas personas visitan por su publicidad (redes sociales, Radio o televisión) seguido por un 13% que es por su cultura y ubicación.



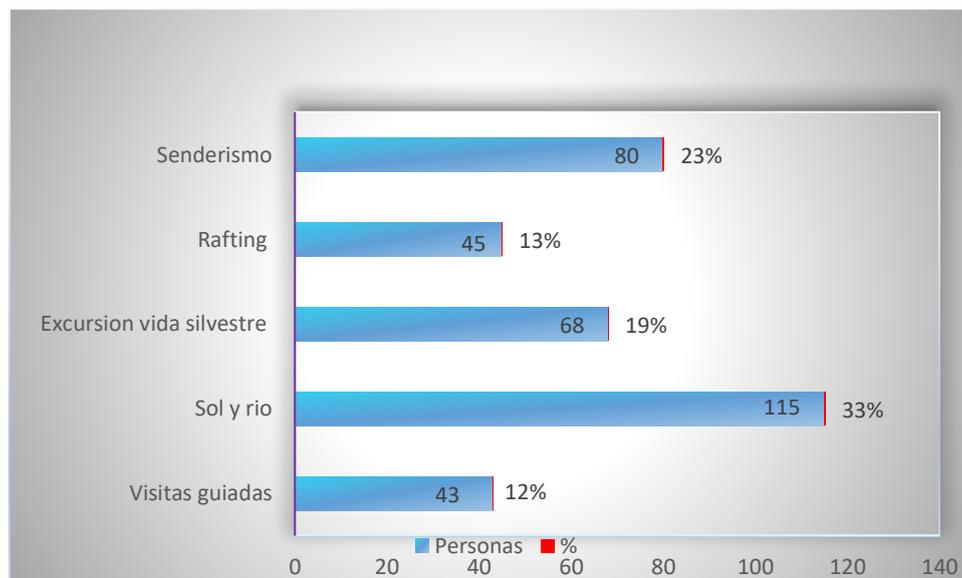
**6. Figura 15. ¿Qué lugares ha visitado en Gualaquiza?**

Los dos lugares más visitados por los turistas del cantón Gualaquiza son las Playas el Ideal con un 22% seguido con un 16% el jardín botánico EL GATO y la casa del árbol con un 14% frente a tres lugares menos conocidos con un 3% Proyecto UNASA, con un 4% Área de conservación Runahurco y por último Cascadas el Guabi Alto con un 7%.



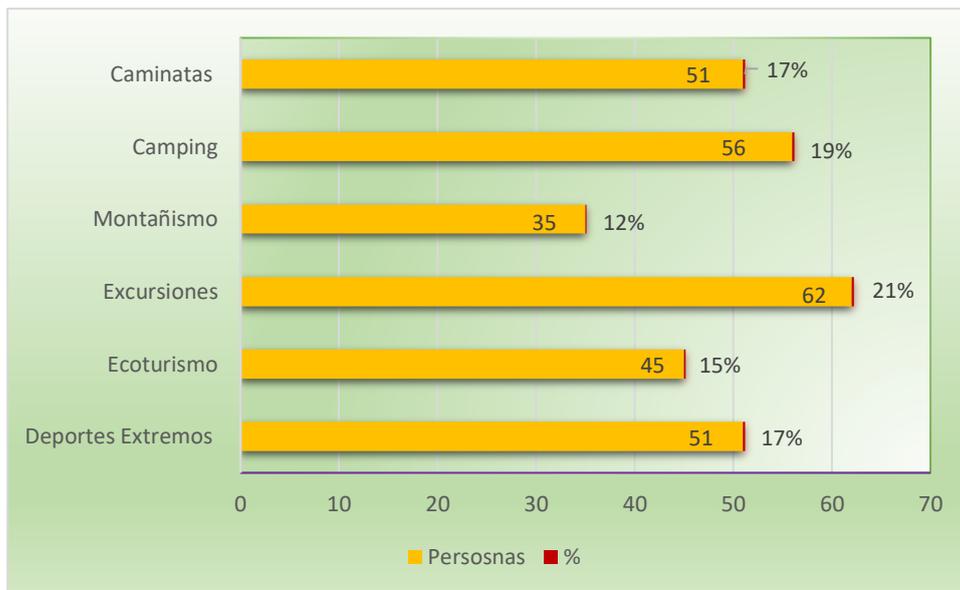
**7. Figura 16. ¿Qué tipo de actividad turística ha realizado en Gualaquiza? ¿Marque con una x una o más opciones?**

La mayor parte de las personas encuestadas con un 33% nos dicen que la actividad turística más realizada es de sol y río seguido también de un 23% el senderismo y así mismo con el menor porcentaje del 12 % dicen haber realizado la actividad de visitas guiadas.



**8. Figura 17. ¿Qué tipos de servicios turísticos le gustaría que Gualaquiza integre más? Elija una o varias opciones.**

El 21% de los turistas respondieron que les gustaría que se integré las excursiones, seguido del camping con un 19%, entonces se puede apreciar que tanto las caminatas y deportes extremos están a la par con un 17% y el de menor porcentaje fue el montañismo con un 12%.

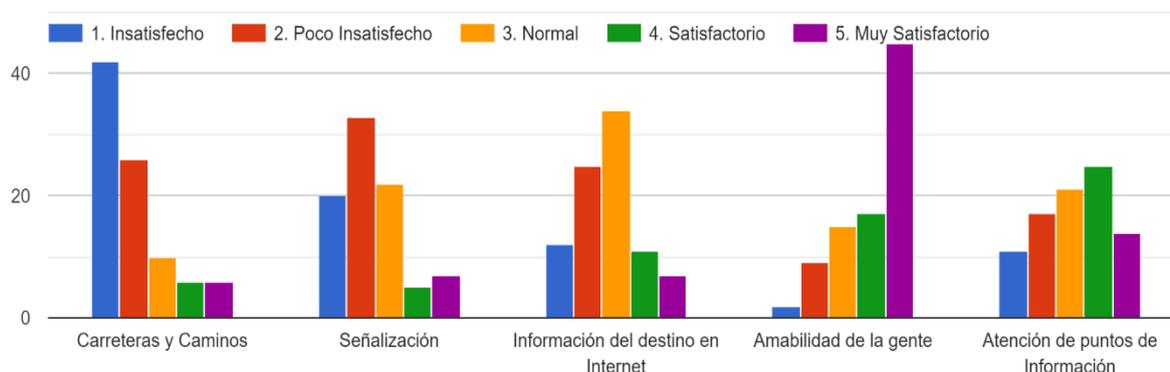


**9. Figura 18. Evalué y expresé su valoración del cantón Gualaquiza. Marque con una X siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia.**

Se presentó una valoración del cantón Gualaquiza sobre sus carreteras y caminos donde los turistas contestaron que se sienten insatisfechos con las mismas así mismo mostraron que se sienten pocos satisfechos en lo que concierne a la señalización del cantón. En cuanto a la información que proveen a cerca de los destinos turísticos en internet los turistas indicaron que es normal, así mismo lo más valorable que se pudo contestar fue sin duda la amabilidad de la gente de Gualaquiza dando un valor de muy satisfactorio y por último en cuanto a la

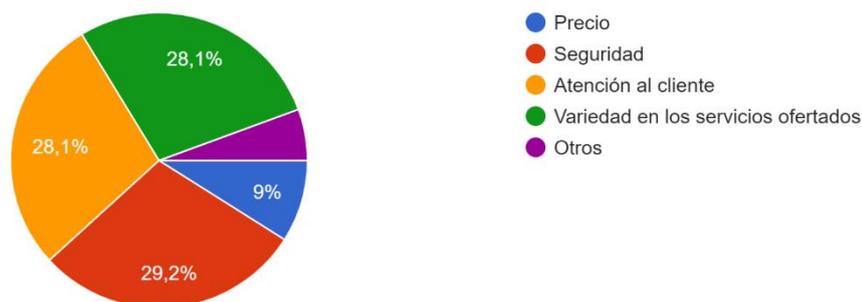
atención en los puntos de información los turistas supieron indicar que si están satisfechos.

**10. Figura 19. ¿Qué factores considera usted que son importantes a la hora de visitar**



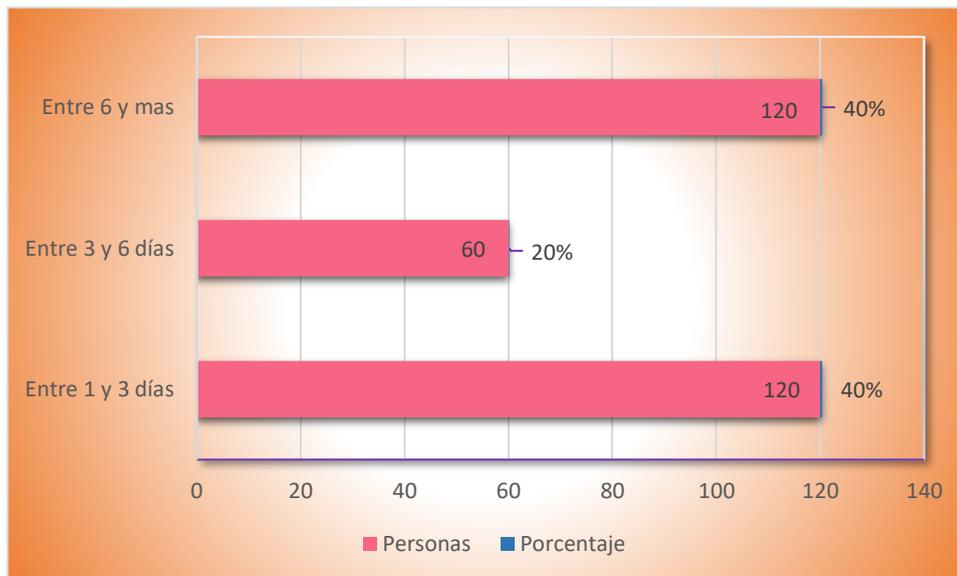
**un atractivo turístico? Marque con una X.**

El mejor factor más importante a la hora de visitar un atractivo turístico es la seguridad sin duda que brindan en cada lugar así contestaron los turistas con un 29,2% así mismo hay un 28,1% para lo que se refiere a atención al cliente y con un 9% sin mucha importancia el precio como se puede apreciar en la figura 19.



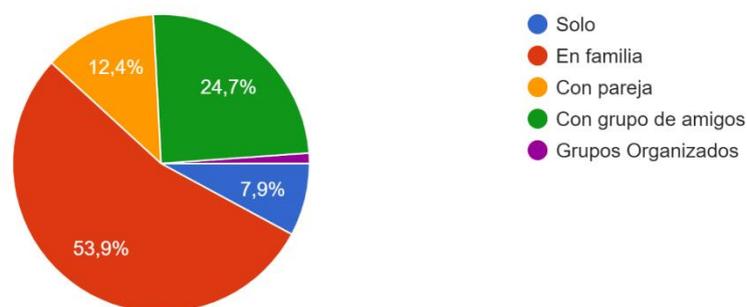
**11. Figura 20. ¿Cuántos días en promedio se ha hospedado en Gualaquiza? Marque con una X.**

Los días que más se han hospedado los turistas en Gualaquiza ha sido entre 1 y 3 días con un 40% a la par con otro 40% entre 6 y más días.



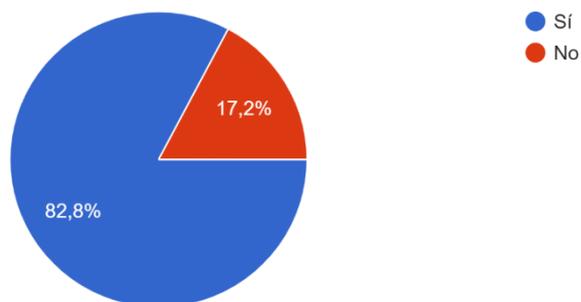
**12. Figura 21. ¿Con que personas ha realizado frecuentemente su viaje a Gualaquiza? Marque una o más respuestas.**

Un dato muy importante que se preguntó en la encuesta fue con que personas han visitado el cantón y la mayoría con un 53,9% dijeron con la familia realizan sus viajes seguido con grupos de amigos con un 24%.



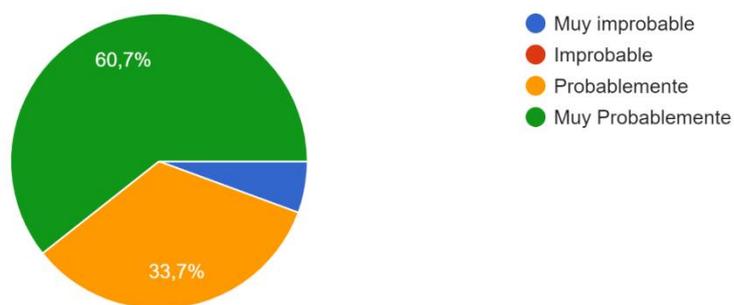
**13. Figura 22. ¿Considera usted que Gualaquiza es un cantón con mucha variedad de servicios turísticos?**

Con un 82,8% los turistas respondieron que Gualaquiza si tiene mucha variedad de servicios turísticos.



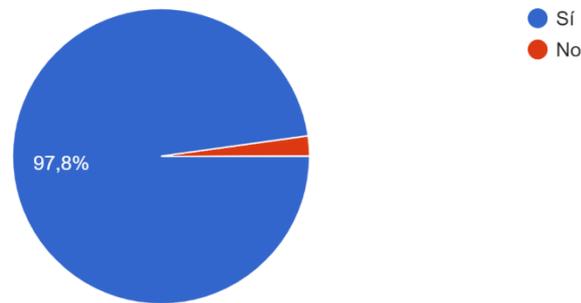
**14. Figura 23. ¿Después de su experiencia Turística, Recomendaría Gualaquiza?**

Las personas supieron indicar con un 60,7% muy probablemente recomendarían a Gualaquiza.



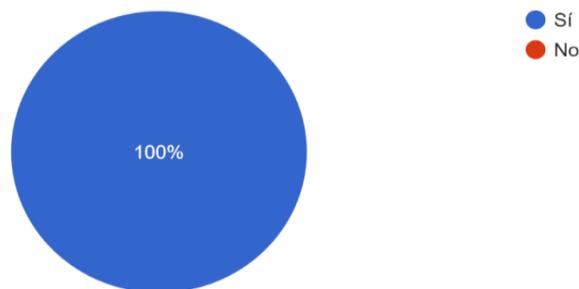
**15. Figura 24. ¿Considera usted a Gualaquiza como un potencial turístico?**

Con un 97,8% los turistas votaron que si consideran a Gualaquiza como un potencial turístico.



**16. Figura 25. ¿Le gustaría que Gualaquiza promocioe más paquetes turísticos y promociones?**

Finalmente, todos los turistas con un 100% están de acuerdo con que Gualaquiza promocioe más paquetes turísticos y promociones.



### 3.3 INFORME

Los resultados obtenidos están expresados en medidas de frecuencia porcentual. El procesamiento de datos fue realizado en el programa Google Drive -Formularios y la edición de gráficos en Excel XP. Las encuestas fueron aplicadas a 300 personas mayores de 25 años, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Según el análisis de los resultados de las encuestas podemos decir que 30% de las personas conocen Gualaquiza por amistades, la principal razón para visitar Gualaquiza es

por sus actividades a realizar, la mayoría de personas que visitan el cantón lo hacen en familia y en grupos de amigos que según la pregunta no. 12 es el 52,9% y el 24.7% respectivamente. La seguridad y la atención al cliente es un factor muy importante a la hora de visitar un lugar turístico como lo supieron indicar los turistas.

Como principal actividad que realizan tenemos de sol y río, seguida del senderismo, los lugares más conocidos del cantón son las playas de El Ideal, seguido del jardín botánico El Gato Y LA CASA DEL ABOL DE DON PEDRO, todo esto por la promoción que se realiza de estos lugares.

El cantón Gualaquiza debe intensificar sus esfuerzos en implementar las excursiones y el camping, todo esto con una guianza apropiada y mejorando la señalización en los lugares turísticos, sin descuidar en turismo ecológico.

Sus carreteras tanto de acceso al cantón, como las internas a los centros turísticos no son las mejores ante la perspectiva del turista, siendo un tema de vital importancia para el desarrollo del turismo.

El cantón Gualaquiza es muy conocido por sus espacios turísticos, el 97.8% de los encuestados le considera como un potencial turístico, el mismo que es sujeto a recomendación por los visitantes.

Con los resultados obtenidos se procede a desarrollar las estrategias para el "PLAN DE MARKETING TURISTICO EN EL CANTÓN GUALAQUIZA" y cumplir con las necesidades que los turistas han expuesto como resultado de la encuesta realizada.

## **CAPITULO 4**

### **Plan de Marketing turístico para el Cantón Gualaquiza**

El plan de marketing fue elaborado en base a los autores (Kloter , Flores Zamora, Bowen, & Makens, 2011)- (Moreno, 2020), tomando en consideración los temas más relevantes como se detallan a continuación.

Este plan de marketing nos servirá para promocionar los atractivos turísticos y costumbres del cantón Gualaquiza ya que nadie puede consumir lo que no conoce, se llegará al mayor número de personas con información eficaz que despierte el interés de los posibles turistas creando nuevas necesidades en los individuos.

#### **4.1 Objetivos del plan de Marketing**

El plan de marketing nos permite desarrollar estrategias y tácticas a seguir para impulsar el desarrollo económico, social y cultural del cantón Gualaquiza.

#### **4.2 Objetivo General**

Mejorar la calidad de vida de las personas del cantón Gualaquiza que se dedican a la actividad turística, promoviendo los lugares turísticos y mejorando la experiencia del visitante.

#### **4.3 Objetivos Específicos**

1. Mejorar la calidad de servicio ofrecido a los turistas locales, nacionales e internacionales.
2. Promover el turismo cultural, de nuestra población shuar.
3. Cuidar el medioambiente del cantón Gualaquiza.
4. Enfocar al cantón Gualaquiza hacia una mayor competitividad económica, un mayor equilibrio y un desarrollo sostenible del turismo.

5. Buscar el reconocimiento de la actividad turística como estratégica, relevante y prioritaria, con alto impacto social y generadora de empleo.

#### **4.4 Análisis de un Macroentorno**

##### **Factores Políticos**

El Cantón Gualaquiza busca impulsar la cultura de la zona, rescatar patrimonios turísticos, conservar recursos naturales turísticos como ríos y cascadas, sin olvidar ciertas estrategias claves en el desarrollo de la oferta de mercado, como son: vías de acceso, transporte, alimentación, servicios básicos, seguridad.

##### **Factores tecnológicos**

En lo que concierne en el factor tecnológico, se debe manejar mejor el uso de las redes sociales ya que es el mejor medio de comunicación para atraer clientes, de esta manera fortalecer al cantón haciendo conocer sus atractivos turísticos mediante entrevistas de cuál fue la experiencia que se obtuvo de todo eso, es ahí donde las personas conocerán a fondo que es lo que transmite Gualaquiza mostrando los resultados de aquellas experiencias. La publicidad que se haga en las diferentes redes sociales será un canal para que los turistas interactúen más con la página y conozcan que ofrece el cantón y no se basen o quieran venir a Gualaquiza solo por las amistades, ya que es muy bajo el conocimiento que tienen sobre el cantón por sus redes sociales.

##### **Factores Social**

Se debería enfatizar en lo que concierne a atraer también a turistas extranjeros al cantón Gualaquiza ya que en el ingreso de turistas extranjeros al cantón ha sido mínimo, así mismo se debe de aprovechar que la mayoría de entrada internacionales a Ecuador son turistas de estados unidos con una participación del 38,41% entonces se debería trabajar

impulsando el ecoturismo de la zona ya que a esas personas son muy amantes a la naturaleza y al reciclaje.

Es importante reconocer que el GAD de Gualaquiza vienen realizando constantemente cursos de actividades como gastronomía, coctelería, taller de conocimiento de la cultura shuar para el desarrollo de las áreas de los servicios turísticos esto ayuda a que las personas sigan capacitándose para ofrecer un buen servicio en el cantón, también el GAD gestiona para dictar cursos para promocionar licencias para ser guías locales lo cual es muy bueno para que Gualaquiza cuente con personas netamente capacitadas en lo que concierne en el área turística

De esta manera las personas mostraran un mayor interés en levantar proyectos en el cantón.

### **Factores Ecológico**

El cantón Gualaquiza es una zona de balnearios, tradiciones en su comida y en sus costumbres de vida dedicada a la ganadería y agricultura; como uno de los destinos ideales para desarrollar el turismo ecológico debido a la variedad de atractivos naturales que posee.

De esta forma se busca el desarrollo del turismo enfocado en el manejo planificado de los elementos económicos, socio-culturales y naturales de la región, para un turismo ecológico y la conservación del medio ambiente y su biodiversidad.

### **4.5 Desarrollo del Plan de Marketing**



La página contara con información relevante del cantón como es historia, localización de los lugares turísticos que existen, etc.

- b) **Radio.** - Cuñas publicitarias los días jueves, viernes y sábado sobre los atractivos turísticos y sus promociones, en las dos emisoras de la localidad.

#### 4.5.2. Material de apoyo

- a) **Trípticos.** - Serán full color en papel de formato A4.
- b) Slogan del proyecto de turismo
- c) Señalética en los lugares turísticos.
- d) Realizar una restauración de las pinturas artísticas existentes en los diferentes lugares.

**Figura 27:** Gad Municipal



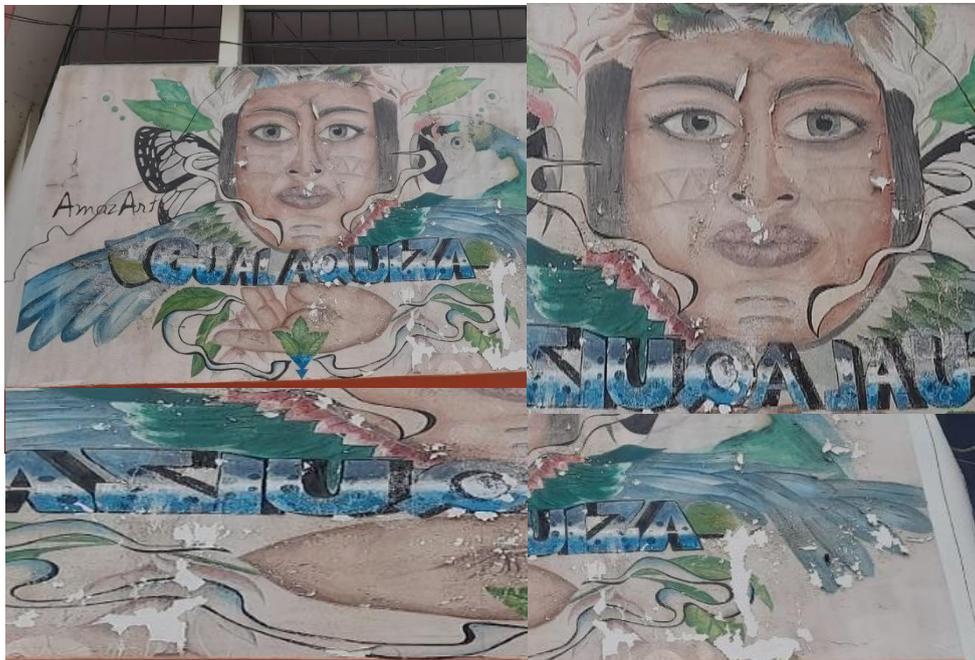
*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 28:** Plaza Cívica



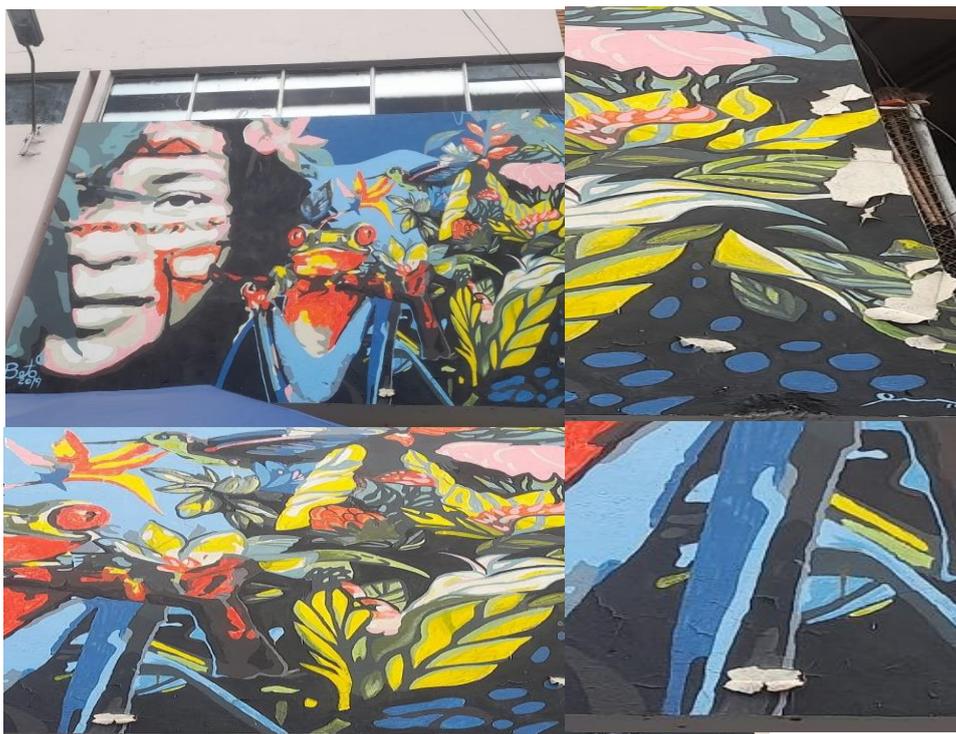
*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 29:** Plaza Cívica



*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 30:** Centro Comercial Gualaquiza



*Fuente: Elaboración Propia*

#### **4.5.3 Relaciones Públicas**

- a) Se ofrecerá diferentes paquetes turísticos para cada uno de los tipos de turismo que la localidad ofrece estos son Turismo de Naturaleza, Turismo de Aventura y Turismo de Aventura Extrema, acompañado de un buen servicio y seguridad.
- b) Se establecerá un convenio con el cantón vecino el Pangui para ofertar sus atractivos estos podrían ser su orquidiario, de esta manera poder ampliar la gama de actividades que se ofrecen al turista.
- c) Según la ubicación estratégica del cantón Gualaquiza, se promocionará sus atractivos turísticos utilizando la imagen del producto a ofrecer.
- d) Se enfocará en la capacitación permanente sobre atención al cliente y los diferentes temas al personal relacionado a las actividades de turismo, como

hoteleros, restaurant, taxistas, guías locales, propietarios de centros recreacionales.

- e) El municipio aportará con el mantenimiento de las vías de acceso a cada lugar turístico para una mayor acogida por parte del turista.

❖ **Beneficios a obtener por parte del turista**

- Vivir nuevas experiencias
- Deleitarse de un lugar natural tranquilo y seguro
- Apartarse de los ruidos de la ciudad
- Precios cómodos y accesibles (promociones)

#### **4.6 Formulación de Estrategias de Marketing**

##### **4.6.1 Publicidad.**

El cantón Gualaquiza con el afán de impulsar su turismo desarrollará las siguientes estrategias para resplandecer aún más la ciudad.

**Su SLOGAN será:**



❖ **Promoción del turismo del cantón.**

Elaboración de banca de espera en lugares estratégico, como el terminal terrestre, parque central, parque del Bicentenario, con un shuar en representación de la cultura de la zona.

**Figura 31:** Banca de espera con un Shuar



*Fuente: Elaboración Propia*

Elaboración del mural con una cascada de la localidad en la plaza cívica, además en este lugar se debe incrementar la iluminación del mismo para un mayor realce.

**Figura 32:** Mural de cascada (Plaza Cívica)



*Fuente: Elaboración Propia*

En los espacios públicos municipales se promocionará los lugares turísticos de la localidad, por ejemplo, en las piscinas municipales, en la zona de duchas se debe implementar la siguiente imagen.

**Figura 33:** Ilustración para piscinas municipales



*Fuente: Elaboración Propia*

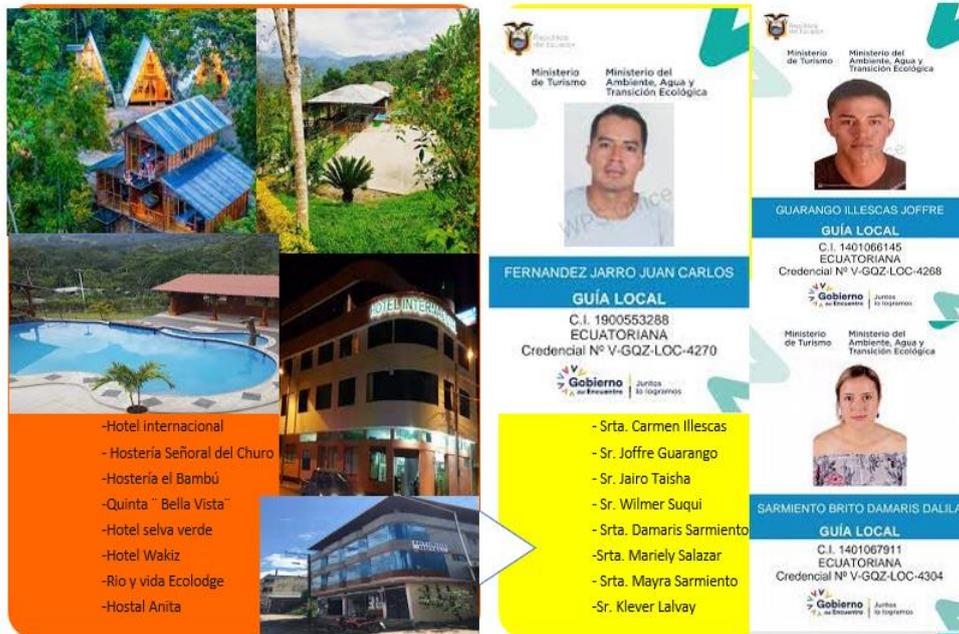
**Internet.** - Página web oficial del cantón Gualaquiza, en donde se encuentre información de interés del turista, además se promocionará sus atractivos turísticos, sus emprendimientos, gastronomía y costumbres de la localidad, además permitirá interactuar a las personas que ya han visitado el cantón para que relaten sus experiencias vividas.

**Figura 34-:** Ilustración de una imagen de Gualaquiza y sus costumbres



*Fuente: Elaboración Propia*

**Figura 35:** Ilustración de hospedaje y guías locales



*Fuente: Elaboración Propia*

**a. Radio. -**

**Radio Cenepa.** - es una emisora de radio que emite música popular, las últimas noticias locales y las noticias del mundo en 101.3 FM en el cantón Gualaquiza y el cantón El Panguí.

**Radio Sentimientos.** – Es una radio que emite Programas culturales, noticiosos y deportivos, encaminados a promocionar nuestra música ecuatoriana en 96.5 FM.

En la actualidad las dos radios de la localidad cuentan con radio online para transmisión de sus programas y transmisión en vivo de los eventos.

El mensaje que se va a transmitir en los medios de comunicación será el siguiente:

*“Gualaquiza acoge con cortesía a todos los turísticos que nos visitan, ofreciendo una gran variedad gastronómica y lugares turísticos, visitar Gualaquiza es descubrir sus encantos que tiene con la naturaleza. Si deseas pasar un lindo momento en familia y amigos no dudes en ir a Gualaquiza estamos ubicados a 100km de Cuenca y 174 km de la ciudad de Loja”*

#### **4.6.2 Material de Apoyo.**

**b. Trípticos.** - Serán full color en papel de formato A4 se considerarán los siguientes contextos.

- En la portada estará el logotipo del GAD. Gualaquiza, y un lugar turístico representativo.
- En el cuerpo del tríptico constaran los lugares turísticos más importantes del cantón.
- En la contraportada constara la ubicación geográfica y las comidas típicas del lugar.

El lugar donde se entregará será en la unidad municipal de Turismo (oficina de turismo), terminal terrestre y agencias de viajes.

#### **Parte interior**

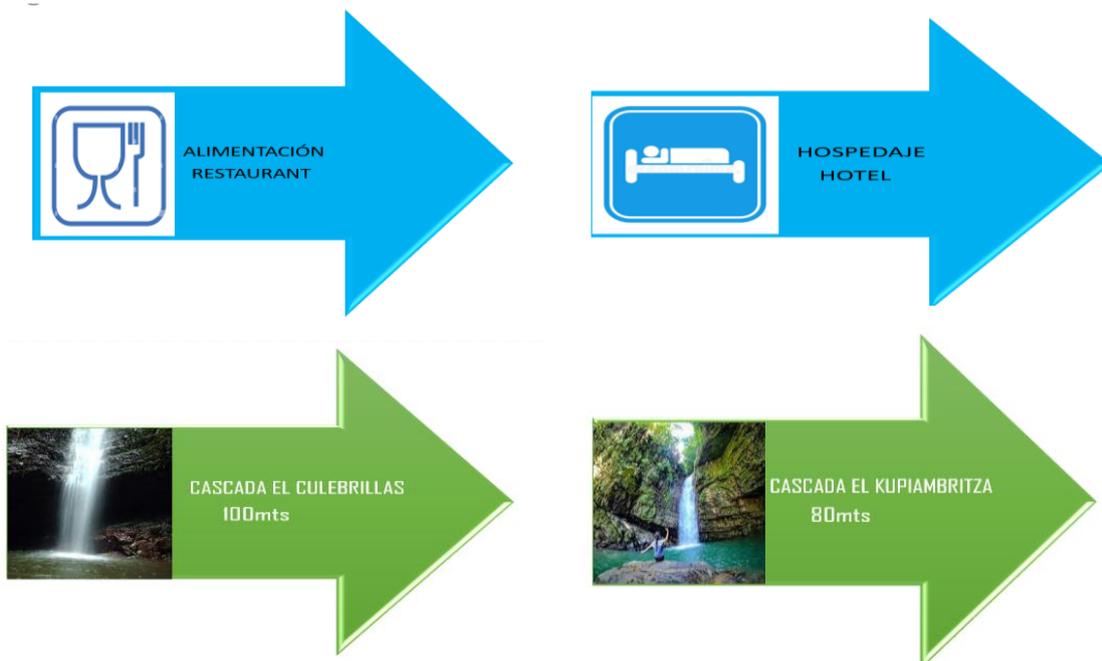


c. **Mapa Turístico.** – En este mapa constan los lugares turísticos principales y los servicios turísticos como restaurant, hoteles, guías locales. Por lo tanto, se impulsará la promoción de los lugares turísticos a través del mapa que ya se encuentra en la página del municipio.



*Fuente: Gad municipal*

1. La señalética en los lugares turísticos debe ser en español e inglés





CASCADA EL SACRAMENTO  
100mts



CASCADA LA DOLOROSA  
100 mts



Jardín Botánico el Gato  
10 min



BALNEARIO LAS  
CHONTAS



CASCADA EL GUABI  
50mts



CENTRO BIOSHUAR  
A 10 min



PELIGRO REMOLINO  
DANGER

### 4.6.3 Relaciones Públicas

#### Paquetes turísticos.

##### 1. Paquete de Emprendimientos Locales.

- Visita y degustación de productos de la ruta de las moliendas.
- Visita a la planta de procesamiento de Nativa Sacha, chocolates de la zona.
- Visita a la planta de procesamiento de Mama LUCA.
- Merienda en Bella Vista, hostería.
- Terminación del recorrido en Loma Blus, para degustación de sus cocteles y snack, acompañado de una fogata al aire libre

Todo este recorrido se lo realizará en la SHUSHULI ANIÑADA.



##### 2. Paquete Turismo de Naturaleza

###### OPCION A

- Visita a parque botánico el Gato.
- Visita casa del árbol de DON PEDRO.
- Visita cascada Las Chontas

- Balneario los Juanes.
- Terminación del recorrido en Loma Blus, para degustación de sus cocteles y snack, acompañado de una fogata al aire libre.

#### **OPCION B**

- Visita a parque botánico el Gato.
- Visita casa del árbol de DON PEDRO
- Visita Bioshuar (almuerzo)
- Merienda en la Vieja Molienda.
- Terminación del recorrido en Loma Blus, para degustación de sus cocteles y snack, acompañado de una fogata al aire libre.

### **3. Paquete Turismo de Aventura**

#### **OPCION A**

- Visita Cascada Las Chontas
- Almuerzo en la Vieja Molienda
- Visita a parque botánico el Gato
- Merienda en restaurant 1608 (parque central)

#### **OPCION B**

- Visita Cuevas de la Dolorosa
- Almuerzo en Restaurant pinchos del parque.
- Visita balnearia los Juanes
- Merienda en restaurant Casa Mia.

#### **4. Paquete Turismo de Aventura Extrema.**

##### **OPCION A**

- Rafting en Río Cuchipamba, con asesoramiento de guías locales.
- Terminación del recorrido en Discoteca ONE Club, para degustación de sus cocteles.

##### **OPCION B**

- Visita Cascada El Guabi.
  - Terminación del recorrido en Discoteca ONE Club, para degustación de sus cocteles.
- ✓ Estos paquetes turísticos serán vendidos con la Asociación de emprendedores Los Arrieros, con el acompañamiento de guías locales calificados por el Ministerio de Turismo y Ministerio del ambiente agua y transición ecológica.
- ❖ En estos paquetes turísticos el hospedaje es en RIO VIDA.

#### **4.7 Indicadores y metas**

Los indicadores turísticos ayudarán a medir la sustentabilidad y la rentabilidad de la actividad turística luego de implementar las estrategias, estos datos servirán para la toma de decisiones y corrección de desviaciones de resultados.

La información de los indicadores turísticos se aplicará de forma semestral, los datos serán proporcionados por el GAD Gualaquiza, ya que se está obteniendo esta información últimamente.

Los indicadores y metas que se implementarán son los siguientes:

- **Indicadores de gestión.**

Estos indicadores son parámetros numéricos que nos permiten medir la eficiencia, eficacia y cumplimiento de objetivos, para realizar un control de los resultados.

<b>INDICADOR</b>	<b>META</b>	<b>FÓRMULA</b>
Total, de turistas que han visitado el cantón	Permite evaluar el número de turistas que ha recibido el cantón en el período respecto de la cantidad que se esperaba recibir	Total de turistas = $\frac{\text{Número de turistas en el periodo}}{\text{Número de turistas proyectados}} \times 100$
Turistas Internacionales	Del total de turistas recibidos en el período se clasificarán el número de personas extranjeras	Turismo Internacional = $\frac{\text{Turistas Extranjeros}}{\text{Total de Turistas en el periodo}} \times 100$
Capacitaciones Realizadas	Se evaluarán las capacitaciones que han sido impartidas a los propietarios de los lugares turísticos y público en general	Capacitaciones = $\frac{\text{Capacitaciones semestrales realizadas}}{\text{Capacitaciones semestrales proyectas a realizar}} \times 100$
Satisfacción del turista	Este indicador nos reflejará el número de turistas que se han ido satisfechos con la visita al cantón Gualaquiza.	Satisfacción de turistas = $\frac{\text{Número de turistas satisfechos}}{\text{Número de turistas en el periodo}} \times 100$

- **Indicadores Económico:**

Los indicadores económicos permiten evaluar el desempeño económico del sector turístico y medir si se está cumpliendo los objetivos del proyecto.

INDICADOR	META	FORMULA
Ingresos Económicos	Con este indicador podemos medir el nivel de ingresos que se han obtenido con los que se tenía proyectado recibir.	$\text{Ingresos Económicos} = \frac{\text{Ingresos Obtenidos en los centros turísticos}}{\text{Ingresos proyectados a Recibir}} \times 100$
Empleo Sector turístico	Los resultados obtenidos nos ayudarán a evaluar el porcentaje de empleos del sector turístico.	$\text{Empleo} = \frac{\text{Total de empleos del sector turístico}}{\text{Total de empleos del cantón}} \times 100$
Infraestructura Turística	Este indicador nos reflejará la infraestructura que se ocupa en el cantón Gualaquiza del total de la Infraestructura.	$\text{Infraestructura} = \frac{\text{Infraestructura turística}}{\text{Infraestructura Total del cantón}} \times 100$
Calidad de las vías de acceso al destino	Se evaluará la calidad de las vías de acceso a los lugares turísticos.	$\text{Vías de acceso} = \frac{\text{Vías en buena calidad de acceso}}{\text{Total de vías a lugares turísticos}} \times 100$

- **Indicadores socio-culturales.**

En este indicador evaluaremos del total de visitas realizadas al cantón Gualaquiza cuantas de ellas realizaron visitas a lugares donde se imparta conocimiento de la cultura shuar.

INDICADOR	META	FORMULA
Visitas Cultural	Este indicador nos reflejará el número de visitas a las comunidades shuar que se realicen en el periodo.	$\text{Visita Cultural} = \frac{\text{Visitas a lugares Shuar}}{\text{Total de Visitas realizadas por turistas}} \times 100$
Personal Capacitado	Porcentaje de mujeres/hombres empleados en el sector turístico que han recibido capacitación formal	$\text{Capacitaciones Personal} = \frac{\text{Empleados de Centros Turísticos}}{\text{Total de Capacitaciones en el Período}} \times 100$
Accidentes Turísticos	Número de accidentes relacionados con turistas y su causa	$\text{Accidentes Turísticos} = \frac{\text{Accidentes relacionados con Turistas}}{\text{Total de Accidentes Reportados}} \times 100$
Plan de Riesgos	Porcentaje de negocios turísticos que cuentan con un plan de gestión de riesgos	$\text{Plan de Riesgos} = \frac{\text{Planes de Riesgo Negocios Turísticos}}{\text{Total de Planes de Riesgo Cantonal}} \times 100$

- **Indicadores ambientales.**

En este indicador se medirá el impacto que se ha tenido en las comunidades shuar por las visitas de los turistas para conocer su cultura, además las visitas que realicen a atractivos turísticos naturales, como ríos, cascadas, cuevas, etc.

INDICADOR	META	FORMULA
Operadores Turísticos Calificados	Porcentaje de operadores turísticos con certificación que forman parte de algún programa de Buenas Prácticas en turismo.	$\text{Operadores Calificados} = \frac{\text{Guías locales calificados}}{\text{Total de Guías Locales}} \times 100$
Presupuesto Ambiental	Porcentaje del presupuesto total asignado a la protección y conservación de las especies de la zona.	$\text{Presupuesto Ambiental} = \frac{\text{Presup. Activ. Turísticas Ambientales}}{\text{Total Presupuesto}} \times 100$
Avistamiento de Aves	Porcentaje del turismo basado en el avistamiento de especies.	$\text{Avistamiento Aves} = \frac{\text{Turistas que realizan actividades de Avistamiento de Aves}}{\text{Total de visitas realizadas por turistas}} \times 100$

- **Indicadores tecnológicos.**

En este indicador se medirá el uso de medios tecnológicos para atender a los turistas que visitan el cantón Gualaquiza y poder evaluar el efecto que poseen sobre el servicio ofrecido.

INDICADOR	META	FORMULA
Transacciones virtuales	Uso de internet para transacciones entre establecimientos y clientes.	$\text{Transacciones Virtuales} = \frac{\text{Locales Turísticos con internet}}{\text{Total de transacciones de turistas}} \times 100$
Suscripciones Internet	Número de suscripciones a servicios de Internet.	$\text{Suscripciones Internet} = \frac{\text{Locales Turísticos con internet}}{\text{Total de suscritos de internet cantonal}} \times 100$

**Conclusiones:**

Con el Plan de marketing turístico realizado, Gualaquiza podrá atraer más a los turistas posicionando sus atractivos turísticos naturales y culturales que posee el cantón.

Gualaquiza es una potencia turística según el análisis de mercado realizado, tiene mucho más por ofrecer y explotar para incrementar su turismo cultural y natural con la finalidad de tener más afluencia de turistas y sobre todo hacer de Gualaquiza un lugar inolvidable.

Hay grandes emprendimientos que día a día se están creando en el cantón Gualaquiza, hay mucha gente con gran iniciativa y actitud para sobresalir en cultura, gastronomía y lugares turísticos embelleciendo con su gran variedad de servicios para que turistas que visiten en cantón se lleven una buena imagen de la perla de la amazonia.

El GAD Municipal de Gualaquiza siempre está realizando capacitaciones para los emprendedores, se debe también invertir en capacitaciones para atención al cliente, ya que es una pieza fundamental para brindar un mejor servicio a los turistas.

Mediante esta investigación se pudo evidenciar que la mayor riqueza turística que tiene Gualaquiza es su gente, su manera de ser, su gran carisma y amabilidad que brindan a los turistas que visitan al cantón.

**Recomendaciones:**

El GAD municipal de Gualaquiza tiene que poner más énfasis con los emprendedores de la localidad para que juntos puedan fortalecer el desarrollo de la industria turística y que este beneficie a todos como una gran familia.

Es necesario que se realice un constante mantenimiento los atractivos turísticos para que los visitantes se sientan cómodos y sobre todo se lleven una buena imagen de Gualaquiza y puedan recomendar visitar el cantón.

Se recomienda trabajar en hacer conocer más a Gualaquiza mediante las redes sociales con las experiencias vividas en el cantón, esto se logrará manejando y haciendo un buen uso de la tecnología digital el mismo que permitirá una mayor afluencia de turistas para el cantón.

Se requiere que exista una buena infraestructura en la mayoría de lugares turísticos con la finalidad de mejorar la calidad del servicio y sobre todo que el turista se sienta cómodo a la hora de visitar el cantón de igual manera se tiene que invertir en la señalética del cantón.

Así mismo enfocarse en sus carreteras de acceso al cantón, ya que la misma es de vital importancia para el desarrollo turístico de Gualaquiza, para que el turista tenga una buena perspectiva y visión para visitar y conocer sus atractivos turísticos.

## BIBLIOGRAFIA

- Arguello, S. (Julio de 2014). *Plan estrategico de marketing para fomentar los atractivos turisticos del cantón Montalvo*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7279/1/UPS-GT000714.pdf>
- Armstrong, G., Kotler, P., Merino, M., Pintado, T., & José María Juan. (2011). *Introducción al Marketing*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uazuay/113000>
- Camacho Castellanos, J. (2008). *Marketing de servicios*. B - EUMED.
- Comite de Turismo y Competitividad . (Septiembre de 2017). *UNWTO*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- GAD Municipal de Gualaquiza. (2018). Obtenido de <https://gadgualaquiza.gob.ec/web/gualaquiza/canton-gualaquiza/>
- Hoyos Ballesteros , R. (2013). *Plan de Marketing diseño, implementación y control*. Ecoe. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uazuay/69263>
- Izaguirre, M. (2014). *Gestión de Marketing y servicios Turísticos y Hoteleros*. ECOE.
- Kloter, P., Makens, J., & Bowen, J. (2015). *Marketing Turístico*. Pearson Educación.
- León Galarza, Edwin Andres;. (2020). *Plan de desarrollo turistico de la parroquia San Roque, cantón Piñas, provincia de El Oro*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10405>
- Noguera J, J. (2009). *Plan de marketing turistico para el cantón Morona (Macas)*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1657/1/07326.pdf>
- O.C , F., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. Cengage Learning. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uazuay/39976>
- Peréz Rodríguez, M. (2015). *Marketing y Ventas*. ICB. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uazuay/105515>
- Piñole, I. (2015). *GESTIÓN DE VIAJES, SERVICIOS Y PRODCUTOS TURISTICOS*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces S.A.
- Ponosso, A., & Iohmann, G. (2012). *Teoria del turismo conceptos, modelos y sistemas*. Mexico : Trillas.
- Prado, A., & Pascual, L. (2018). *Marketing Industrial y de Servicios*. ESIC.
- Publishing, M. (2007). *El marketing mix: concepto, estrategia y aplicaciones* . Diaz de Santos, S.A .
- Recalde Poma, J. (2012). *Plan de marketing para promocioar los atractivos del sector "Aguas calientes"*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3821/1/09290.pdf>

## ANEXOS

### Guion 1

#### Entrevista: Expertos en Turismo

Variable	Pregunta
Político	¿La primera autoridad del cantón de qué manera ha sabido promover e incentivar los lugares turísticos a nivel local?
Económico	¿De qué manera los GAD Municipales pueden estimular el desarrollo de empresas turísticas siendo estas agencias de viajes, transportes, alojamiento, alimentación, recreativas y complementarias?
Social	¿Qué medio es el más adecuado para trasladar una experiencia única y memorable en el turismo de Gualaquiza?
Tecnológico	¿Cree usted que es necesario la adopción de tecnologías innovadoras para mejorar la experiencia turística y moldear la oferta turística? ¿Cuáles por ejemplo?
Ecológico	¿Qué medios ecológicos se deben conservar al momento de realizar la actividad turística?
Debilidades	¿Qué considera usted que le hace falta mejorar al cantón para atraer mayor cantidad de turistas?
Oportunidades	¿Considera usted que Gualaquiza está integrada al desarrollo y organización de actividades turísticas?

Fortalezas	¿Cuál es su criterio respecto al atractivo turístico del cantón Gualaquiza?
Amenaza de Productos y servicios Sustitutos	¿Cree usted que Gualaquiza estará dispuesto a participar en convenios con otras empresas para impulsar el turismo del cantón y para ofrecer sus productos en un paquete turístico?

## Guion 2

### Entrevista Expertos en Marketing Turístico

<b>Variables</b>	<b>Preguntas</b>
<b>Amenaza de entrada de nuevos competidores</b>	¿Qué estrategias de marketing turístico deben de implementar los negocios de turismo ya existentes en la localidad?
<b>Rivalidad entre competidores existentes.</b>	¿Se debe realizar un análisis del turismo de cantones aledaños, para tener nuestras características diferenciadoras?
<b>Amenaza de productos y servicios sustitutos</b>	¿Para fortalecer la actividad de ecoturismo que estrategias de marketing se debe de implementar para atraer mayor cantidad de turistas?
<b>Poder de negociación del proveedor</b>	¿En el turismo el proveedor tiene poder de negociar con sus proveedores, por ejemplo, proveedores de alimentos, de lencería, de implementos, etc.?
<b>Poder de negociación del cliente</b>	¿Dentro de las actividades de turismo el cliente puede negociar con su proveedor, por ejemplo, por el número de personas en un grupo?

## Encuesta para turistas de Gualaquiza

Hola mi nombre es Katherine Ruiz, Estoy realizando mi trabajo de titulación el cual estoy elaborando un "PLAN DE MARKETING TURISTICO EN EL CANTÓN GUALAQUIZA" me gustaría que me ayudes contestando la siguiente encuesta. Su participación es fundamental para el desarrollo de esta investigación. La información es exclusivamente académica. Te llevara 2 minutos. Agradezco tu colaboración.

### 4. Sexo

Masculino

Femenino

### 5. Edad

Entre 25y 30  Entre 30 y 45  Entre 45 y 60  Entre 60 o mas

### 6. Estado Civil

Soltero  Casado  Divorciado  Viudo  Otro

### 16. ¿Cómo supo de Gualaquiza?

Por Publicidad [  ] Internet [  ] Amistades [  ] Agencia de viajes [  ] Otros [  ]

### 17. ¿Cuál fue la principal razón para visitar Gualaquiza? Marque una o más respuestas.

Cultura \_\_\_\_\_ Referencias de Amigos \_\_\_\_\_

Clima \_\_\_\_\_ Publicidad (Redes Sociales, Radio o

Ubicación \_\_\_\_\_ Televisión) \_\_\_\_\_

Actividades a realizar \_\_\_\_\_

### 18. ¿Qué lugares ha visitado en Gualaquiza?

- |                           |       |                            |       |
|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| 6. Balneario las chontas  | _____ | 6. Jardín botánico EL GATO | _____ |
| 7. Cascadas la Dolorosa   | _____ | 7. Área de conservación    | _____ |
| 8. Cascadas el Guabi Alto | _____ | 8. Proyecto UNSA           | _____ |
| 9. La casa del árbol      | _____ | 9. Otros lugares           | _____ |
| 10. Playas el Ideal       | _____ |                            |       |

**19. ¿Qué tipo de actividad turística ha realizado en Gualaquiza? ¿Marque con una x una o más opciones?**

- f. Senderismo
- g. Rafting
- h. Excursión vida silvestre
- i. Sol y rio
- j. Visitas guiadas

**20. ¿Qué tipos de servicios turísticos le gustaría que Gualaquiza integre más? Elija una o varias opciones.**

- Caminatas
- Camping
- Montañismo
- Excursiones
- Ecoturismo
- Deportes Extremos

**21. Evalúe y exprese su valoración del cantón Gualaquiza. Marque con una X siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia.**

	1. Insatisfecho	2.Poco Insatisfecho	3. Normal	4. Satisfactorio	5. Muy Satisfactorio
Carreteras y Caminos					
Señalización					
Información del destino en Internet					
Amabilidad de la gente					
Atención de puntos de Información					

**22. ¿Qué factores considera usted que son importantes a la hora de visitar un atractivo turístico? Marque con una X.**

Precio

Seguridad

Atención al cliente

Variedad en los servicios ofertados

Otros

**23. ¿Cuántos días en promedio se ha hospedado en Gualaquiza? Marque con una x**

Entre 1 y 3 días

Entre 3 y 6 días

Entre 6 y mas

**24. ¿Con que personas ha realizado frecuentemente su viaje a Gualaquiza? Marque una o más respuestas.**

Solo

En familia

Con pareja

Con grupo de amigos

Grupos Organizados

**25. ¿Considera usted que Gualaquiza es un cantón con mucha variedad de servicios turísticos?**

SI

NO

**26. ¿Después de su experiencia Turística, Recomendaría Gualaquiza?**

Muy improbable  Improbable  Probablemente  Muy Probablemente

**27. ¿Considera usted a Gualaquiza como un potencial turístico?**

SI

NO