



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de La Hospitalidad
Carrera de Turismo

Plan De Marketing Turístico para el Cantón Guachapala 2019-2020

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Licenciada en Turismo

Autor:

Cinthy Verónica Juca Pezántez

CI: 0106175326

Correo electrónico: cinthya.juca1111@ucuenca.edu.ec

Directora:

Mg. Paulina Alexandra Barros Morales

CI: 0103748158

Cuenca – Ecuador
23 de septiembre de 2020



RESUMEN

El presente proyecto de intervención titulado “Plan de Marketing Turístico para el cantón Guachapala 2019-2020”, tiene como finalidad contribuir al desarrollo turístico del cantón, a través del planteamiento de estrategias y acciones encaminadas a lograr la promoción y posicionamiento del destino, con la intención de despertar el interés de viaje de los turistas nacionales.

Para el desarrollo del plan, se precisó el análisis de la situación actual del cantón; la descripción de la planta y oferta turísticas, utilizando información de la revisión de fuentes secundarias y diálogos con las autoridades, directores departamentales, prestadores de servicios y emprendedores; la determinación de la demanda actual y potencial por medio de encuestas, cuyos resultados permitieron definir el segmento de mercado, conocer el nivel de gasto, la motivación para viajar y los sitios de interés preferidos para su visita.

La información obtenida de la opinión de la comunidad receptora, hizo posible la creación de la marca turística y con ello, se diseñó un plan de marketing con estrategias de producto, plaza, precio y promoción, acorde a la realidad del destino.

Finalmente, por medio de métodos participativos, se generó un portafolio de estrategias de difusión, con objetivos y actividades a ejecutarse, para impulsar el fortalecimiento turístico sostenible del cantón Guachapala.

PALABRAS CLAVES: Guachapala, plan de marketing, desarrollo turístico, oferta, demanda, marca turística, portafolio de estrategias.



ABSTRACT

ABSTRACT

The present intervention project entitled "Tourism Marketing Plan for Guachapala canton 2019-2020", aims to contribute to the canton tourist development, through the approach of strategies and actions aimed at achieving the promotion and positioning of the destination, with the intention of awakening the travel interest of national tourists.

For the development of the plan, the analysis of the current situation of the canton was specified; the description of the premises and tourist offers, using information from the review of secondary sources and dialogues with the authorities, departmental directors, service providers and entrepreneurs; the determination of current and potential demand through surveys, the results of which allowed to define the market segment, know the level expenditure, the motivation for travel and the preferred sites of interest for their visit..

The information obtained from the opinion of the receiving community, made it possible the creation of the tourist brand and with it, a marketing plan was designed with strategies of product, place, price and promotion, according to the reality of the destination.

Finally, through participatory methods, a portfolio of dissemination strategies was generated, with objectives and activities to be implemented, to promote sustainable tourism strengthening of Guachapala canton.

KEY WORDS: Guachapala. Marketing plan. Tourism development. Supply. Demand. Tourist brand. Strategy portfolio.

Certificado de Precisión FCH-TR-TUR-114

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a Inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.

guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 27 de julio de 2020

Elaborado por: GEAV *Cynthia Verónica Juca Pezantez* *26 de Julio de 2020 17:12*
cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora



ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
AGRADECIMIENTO.....	13
DEDICATORIA.....	16
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO I	18
1.1 DATOS GENERALES	19
1.1.1 Aspectos socio económicos	20
1.1.2 Religión	21
1.1.3 Vialidad y movilización	22
1.1.4 Energía eléctrica	23
1.2 ANTECEDENTES TURÍSTICOS DEL CANTÓN GUACHAPALA	23
1.3 ANÁLISIS FODA	27
1.4 ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO TURÍSTICO DEL CANTÓN GUACHAPALA.....	33
CAPÍTULO II	37
2.1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEL CANTÓN GUACHAPALA.....	38
2.1.1 Vialidad	38
2.1.2 Servicio de agua potable.....	38
2.1.3 Servicio de agua de riego	39
2.1.4 Servicio de energía eléctrica	40
2.1.5 Servicio de alcantarillado	40
2.1.6 Servicio de recolección de desechos	41
2.1.7 Servicio de telefonía e internet.....	41
2.2 ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y LA PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUACHAPALA.....	42
2.2.1 Principales atractivos del cantón Guachapala.....	42
2.2.2 Planta turística del cantón Guachapala.....	44
2.3 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA ACTUAL	46
2.3.1 Metodología para determinar el perfil del turista actual.....	46
2.3.2 Resultados	47
2.3.2.1 Información demográfica	48



2.3.2.2 Características del destino.....	56
2.3.3 Infografía.....	70
2.4 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA POTENCIAL.	72
2.4.1 Metodología para determinar el perfil de demanda potencial	73
2.4.2 Resultados	74
2.4.2.1 Información demográfica	75
2.4.2.2 Características con las que debe contar el destino.....	83
2.4.3 Infografía.....	97
2.4.6 Análisis comparativo de perfiles	99
CAPÍTULO III	102
3.1 PRODUCTO.....	104
3.1.1 Creación de la marca	105
3.1.1.1 Propuestas de marca.....	105
3.1.1.2 Selección de marca	109
3.1.1.3 Elección de la marca final	110
3.1.2 Rutas turísticas	112
3.2 PLAZA.....	123
3.4 PROMOCIÓN.....	125
3.4 PRECIO.....	128
3.4.1 Políticas de reservación, pago y cancelación.....	132
3.4.1.1 Políticas de reservación:	132
3.4.1.2 Políticas de pago	132
3.4.1.3 Políticas de cancelación	133
3.4.2 Evaluación financiera	134
3.5 PORTAFOLIO DE ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN	137
CONCLUSIONES.....	148
RECOMENDACIONES	150
BIBLIOGRAFÍA	152
ANEXOS	154
Anexo 1. Cédula de ingresos del parque acuático, 2014.	155
Anexo 2. Cédula de gastos del parque acuático, 2014.	155
Anexo 3. Cédula de ingresos del parque acuático, 2015.	155
Anexo 4. Cédula de gastos del parque acuático, 2015.	156
Anexo 5. Cédula de ingresos parque acuático, 2016.	156



Anexo 6. Cédula de gastos del parque acuático, 2016.	156
Anexo 7. Cédula de ingresos del parque acuático, 2017.	157
Anexo 8. Cédula de gastos del parque acuático, 2017.	157
Anexo 9. Cédula de ingresos del parque acuático, 2018.	157
Anexo 10. Cédula de gastos del parque acuático, 2018.	158
Anexo 11. Cédula de Ingresos del parque acuático, enero – julio, 2019. ...	158
Anexo 12. Cédula de Gatos del parque acuático, enero – julio, 2019.	159
Anexo 13. Cuestionario para determinar el perfil de la demanda actual.	160
Anexo 14. Cuestionario para determinar el perfil de la demanda potencial.	162
Anexo 15. Cuestionario para determinar la marca turística.	164
Anexo 16. Aplicación de encuestas para determinar el perfil del turista actual.	165
Anexo 17. Aplicación de encuestas para determinar el perfil del turista potencial.	166
Anexo 18. Asamblea participativa con las autoridades del cantón.	167
Anexo 19. Asamblea participativa con los prestadores de servicios.	167
Anexo 20. Diseño del trabajo de titulación.	168



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz FODA del cantón Guachapala	28
Tabla 2 Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Fortalezas y Oportunidades.....	29
Tabla 3 Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Debilidades y Oportunidades.....	30
Tabla 4 Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Fortalezas y Amenazas	31
Tabla 5 Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Debilidades y Amenazas	32
Tabla 6 Resultados de la matriz FODA cruzado del cantón Guachapala.....	33
Tabla 7 Ingresos del parque acuático 2014-2019	34
Tabla 8 Jerarquización de atractivos del cantón Guachapala	43
Tabla 9 Componentes de la planta turística del cantón Guachapala	45
Tabla 10 Cronograma de aplicación de encuestas para la demanda actual	47
Tabla 11 Cronograma de aplicación de encuestas para la demanda potencial	74
Tabla 12 Opiniones y/o sugerencias sobre la mara turística.....	110
Tabla 13 Precio de la ruta: Guachapala Kuisita.....	129
Tabla 14 Precio de la ruta: Guachapala Awsay.....	130
Tabla 15 Precio de la ruta: Guachapala Encanto	131
Tabla 16 Punto de equilibrio: ruta Guachapala Kuisita.....	135
Tabla 17 Punto de equilibrio: ruta Guachapala Awsay	136
Tabla 18 Punto de equilibrio: ruta Guachapala Encanto	137
Tabla 19 Primera estrategia	139
Tabla 20 Segunda estrategia	140
Tabla 21 Tercera estrategia	141
Tabla 22 Cuarta estrategia	142
Tabla 23 Quinta estrategia	143
Tabla 24 Sexta estrategia.....	143
Tabla 25 Septima estrategia.....	144
Tabla 26 Octava estrategia	145
Tabla 27 Novena estrategia	146
Tabla 28 Decima estrategia.....	147



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Infografía del perfil del turista actual: información demográfica ..	71
Ilustración 2. Perfil del turista actual: información turística	72
Ilustración 3. Infografía del perfil del turista potencial: información demográfica	98
Ilustración 4. Infografía del perfil del turista potencial: información turística.....	99
Ilustración 5. Funcionamiento del sistema turístico	103
Ilustración 6. Propuesta de la marca, opción 1.....	106
Ilustración 7. Propuesta de la marca, opción 2.....	107
Ilustración 8. Propuesta de la marca, opción 3.....	107
Ilustración 9. Propuesta de la marca, opción 4.....	108
Ilustración 10 Propuesta de la marca, opción 5.....	108
Ilustración 11. Marca del destino.....	111
Ilustración 12. Teoría del ciclo de vida de un destino turístico	124
Ilustración 13. Página web	125
Ilustración 14. Página web	126
Ilustración 15. Página web	126
Ilustración 16. Página de Facebook	127
Ilustración 17. Página de Facebook	127
Ilustración 18. Página de instagram	128



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Identidad de género del turista actual	48
Figura 2. Rango de edad del turista actual.....	49
Figura 3. Nacionalidad del turista actual	49
Figura 4. Ciudad de residencia del turista actual.....	50
Figura 5. Ocupación del turista actual	50
Figura 6. Principal motivación del turista actual para viajar.....	51
Figura 7. Atractivos visitados por el turista actual en el cantón Guachapala....	52
Figura 8. Organización del viaje del turista actual	53
Figura 9. Ecuación para determinar el número de acompañantes del turista actual.....	53
Figura 10. Servicios utilizados por el turista actual en su visita al destino Guachapala	54
Figura 11. Monto invertido por el turista actual durante su estadía en el destino Guachapala	55
Figura 12. Medio utilizado por el turista actual para recibir información sobre el destino Guachapala	55
Figura 13. Promoción adecuada del cantón Guachapala para el turista actual	56
Figura 14. Disponibilidad de información del cantón Guachapala para planificar el viaje del turista actual	57
Figura 15. Información útil y veraz del destino Guachapala para el turista actual	57
Figura 16. Variedad de actividades turísticas en el destino Guachapala para el turista actual.....	58
Figura 17. Diversidad de opciones de alojamiento en el destino Guachapala para el turista actual	58
Figura 18. Limpieza y confort en el servicio de alojamiento para el turista actual	59
Figura 19. Diversidad de opciones de alimentación en el destino Guachapala para el turista actual	60
Figura 20. Accesibilidad adecuada en el destino Guachapala para el turista actual.....	60



Figura 21. Señalización adecuada en el destino Guachapala para el turista actual.....	61
Figura 22. Seguridad adecuada en el destino Guachapala para el turista actual	61
Figura 23. Limpieza del destino Guachapala para el turista actual	62
Figura 24. Atención de calidad para el turista actual en el destino Guachapala	62
Figura 25. Atracción de las instalaciones	63
Figura 26. Apariencia adecuada del personal de atención.....	63
Figura 27. Confianza transmitida por el personal de atención.....	64
Figura 28. Atracción de la folletería del destino Guachapala para el turista actual.....	65
Figura 29. Cumplimiento de condiciones en servicios contratados por el turista actual.....	65
Figura 30. Agilidad en el servicio solicitado por el turista actual.....	66
Figura 31. Conservación de atractivos naturales	66
Figura 32. Hospitalidad de la comunidad local	67
Figura 33. Precio adecuado pagado por el turista actual por la experiencia en el destino Guachapala	67
Figura 34. Disponibilidad de servicios y equipamiento de salud en el destino Guachapala	68
Figura 35. Existencia de protocolos de emergencia en el destino Guachapala para el turista actual	68
Figura 36. Reconocimiento del destino Guachapala para el turista actual.....	69
Figura 37. Existencia de facilidades para personas con discapacidad.....	69
Figura 38. Recomendación del destino Guachapala a familiares y amigos según el turista actual	70
Figura 39. Identidad de género del turista potencial.....	75
Figura 40. Rango de edad del turista potencial	75
Figura 41. Nacionalidad del turista potencial.....	76
Figura 42. Ciudad de residencia del turista potencial.....	76
Figura 43. Ocupación del turista potencial	77



Figura 44. Principal motivación del turista potencial para viajar al destino Guachapala 77

Figura 45. Conocimiento del destino Guachapala..... 78

Figura 46. Atractivos de interés para visitar en el destino Guachapala..... 79

Figura 47. Organización del viaje del turista potencial 80

Figura 48. Ecuación para determinar el número de acompañantes del turista potencial..... 80

Figura 49. Servicios que utilizaría el turista potencial durante su estadía en el destino Guachapala 81

Figura 50. Monto que invertiría el turista potencial durante su estadía en el destino Guachapala 81

Figura 51. Preferencia de medio del turista potencial para recibir información sobre el destino Guachapala..... 82

Figura 52. Promoción adecuada del destino Guachapala para el turista potencial..... 83

Figura 53. Disponibilidad de información del cantón Guachapala para planificar el viaje del turista potencial 83

Figura 54. Información útil y verás sobre el destino Guachapala para el turista potencial..... 84

Figura 55. Variedad de actividades turísticas en el destino Guachapala para el turista potencial 84

Figura 56. Diversidad de opciones de alojamiento en el destino Guachapala para el turista potencial 85

Figura 57. Limpieza y confort en el servicio de alojamiento para el turista potencial..... 86

Figura 58. Diversidad de opciones de alimentación en el destino Guachapala para el turista potencial 86

Figura 59. Accesibilidad adecuada sobre el destino Guachapala para el turista potencial..... 87

Figura 60. Señalización adecuada en el destino Guachapala para el turista potencial..... 87

Figura 61. Seguridad en el destino Guachapala para el turista potencial 88

Figura 62. Limpieza del destino Guachapala para el turista potencial 88



Figura 63. Atención de calidad al turista potencial en el destino Guachapala ..	89
Figura 64. Atracción de las instalaciones	89
Figura 65. Apariencia adecuada del personal de atención.....	90
Figura 66. Confianza transmitida por el personal de atención.....	90
Figura 67. Atracción de la folletería del destino Guachapala para el turista potencial.....	91
Figura 68. Cumplimiento de condiciones en servicios contratados por el turista potencial.....	92
Figura 69. Agilidad en el servicio contratado por el turista potencial.....	92
Figura 70. Conservación de atractivos naturales	93
Figura 71. Hospitalidad de la comunidad local	93
Figura 72. Precio adecuado pagado por el turista potencial por la experiencia en el destino Guachapala.....	94
Figura 73. Disponibilidad de servicios y equipamiento de salud en el destino Guachapala	94
Figura 74. Existencia de protocolos de emergencia en el destino Guachapala para el turista potencial	95
Figura 75. Reconocimiento del destino Guachapala para el turista potencial ..	96
Figura 76. Existencia de facilidades para personas con discapacidad.....	96
Figura 77. Recomendación del destino Guachapala a familiares y amigos según el turista potencial.....	97
Figura 78. Preferencia de imagen con la que se siente identificada la población local.....	109
Figura 79. Ecuación para determinar el punto de equilibrio de la ruta Guachapala Kuisita	135
Figura 80. Ecuación para determinar el punto de equilibrio de la ruta Guachapala Awsay	136
Figura 81. Ecuación para determinar el punto de equilibrio de la ruta Guachapala Encanto.....	137



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Cintha Verónica Juca Pezántez en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala 2019-2020", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 23 de septiembre de 2020

Cintha Verónica Juca Pezántez

C.I: 0106175326



Cláusula de Propiedad Intelectual

Cintha Verónica Juca Pezántez, autora del trabajo de titulación "Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 23 de septiembre de 2020

Cintha Verónica Juca Pezántez

C.I: 0106175326



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios y a la Virgen Santísima por permitirme culminar este sueño.

Gracias a mis padres Abrahan y Rosa por todo el apoyo y la confianza que me brindaron, estuvieron ahí con una sonrisa y un abrazo para ayudarme a alivianar las caídas y a cargar con los días pesados.

A mis hermanos Leidy y Cristopher, gracias por aguantar mis ausencias, por todos los momentos alegres, por dejarme contagiar por su forma de ser.

A mi tutora la Mg. Paulina Alexandra Barros, gracias por la paciencia, por su pasión de enseñar y de querer las cosas perfectas, ha sido una de mis mejores docentes, siempre estaré agradecida que Dios le bendiga.

A mis amigas Erika Daniela, Coralia y Grace quienes han estado presentes durante la vida universitaria y con las que he pasado momentos únicos e increíbles, gracias por aceptarme tal y como soy con mis mil y un facetas, las quiero.

A mi mejor amigo Diego que, aunque no compartamos la misma carrera, sé que siempre puedo confiar en él, gracias por estar cuando nadie más estaba, gracias por sobrellevar esta amistad desde que éramos adolescentes colegiales.

Gracias al Ingeniero Francisco Luzuriaga, Alcalde del cantón Guachapala y los funcionarios del GAD, quienes me otorgaron las facilidades correspondientes para el desarrollo del presente trabajo.

Gracias a todas las personas que han hecho que esto sea posible, a mis profesores universitarios, mis amigos y compañeros de aula, a las personas del cantón Guachapala que siempre estuvieron dispuestas a colaborar.

Mil gracias a todos.

Cinthya J.



DEDICATORIA

Los grandes sueños siempre deben ser dedicados a grandes personas.

Quiero dedicar este libro a mis padres Abrahan y Rosa quienes me han dado todo el amor del mundo, me han enseñado valores sobre todo la solidaridad y la pasión por ayudar a los demás; han sido mi pilar fundamental durante esta etapa académica.

A mis hermanos Leidy y Cristopher, quienes han sido mi inspiración para seguir adelante, que con sus ocurrencias me han robado muchos momentos felices.

A mi familia que se sumó a este gran sueño.

Cinthy J.



INTRODUCCIÓN

Guachapala es un cantón, cuya actividad económica se ha visto enmarcada en relación al turismo. El primer atractivo data del año 1957, el mismo que aún despierta el interés de los turistas; y, en la actualidad, las acciones de las autoridades, han permitido diversificar la oferta turística.

El plan de marketing turístico para el cantón Guachapala, busca convertirse en un instrumento de desarrollo, que permita posicionar al cantón a nivel zonal y regional, sin dejar de lado los requerimientos de los turistas, las necesidades de los prestadores de servicios y la percepción que tiene la población local sobre el fenómeno llamado turismo.

El primer capítulo parte de una visión general del cantón Guachapala, cuya información nos ayuda a conocer las principales características del territorio, descripción de los antecedentes turísticos, análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tomando como base la información del PDyOT del cantón; también, se analizó el presupuesto turístico, que está respaldado con las cédulas de ingresos y gastos del parque acuático, cuya administración está a cargo del GAD cantonal.

El segundo capítulo se enfoca directamente en la oferta y demanda; por tal motivo, se precisa el análisis y descripción de la infraestructura del cantón, la planta y atractivos turísticos; así como, la determinación de la demanda turística, mediante la aplicación de encuestas, para delimitar las características de los turistas tanto actuales como potenciales.

Por último, en el tercer capítulo, bajo “la teoría del sistema turístico” de Boullón, se integra a cada uno de los elementos que lo conforman; y, con la colaboración de la comunidad receptora, se crean el producto y marca turística del cantón Guachapala, como una propuesta para representar al destino. Del mismo modo, se presentan estrategias de posicionamiento y promoción, cuya formulación está enmarcada en la participación de los prestadores de servicios, los administradores de atractivos privados; y, las autoridades, como parte de la superestructura, elemento constituyente del sistema.



CAPÍTULO I

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CANTÓN GUACHAPALA





1.1 DATOS GENERALES

Para la presentación de los datos generales, se tomó como base y fuente de información secundaria a la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala 2014-2027.

El cantón Guachapala se encuentra a 53 km de la ciudad de Cuenca, en la parte nororiental de la provincia del Azuay. Tiene una extensión de 3.966,94 Ha., cuenta con una parroquia urbana (centro cantonal), no tiene parroquias rurales; sin embargo, cuenta con ocho comunidades rurales (Parig, Guallabuzho, Andacocha, Guablid, Don Julio, Guasag, Sacre, Chaullayacu).

Su altitud varía desde los 2.200 hasta los 3.200 msnm. Guachapala cuenta con diversos rangos de temperatura, en las partes altas del cantón la temperatura promedio es de 4°C y en las zonas bajas, es decir cercanos a la población de Don Julio y Juntas, la temperatura promedio oscila entre los 14 y 16°C.

Sus límites son: al norte con el Río Paute, que lo separa de las parroquias Tomebamba y Dug Dug; al sur limita con el cantón Gualaceo; al este con los cantones El Pan y Sevilla de Oro; y, al oeste con el Río Paute y el cantón Paute.

La población guachapaleña se compone de 3.409 habitantes, el 33% (1.125 hab.) pertenece al área urbana y el 67% (2.284 hab.) reside en el área rural del cantón.

Guachapala es un centro de turismo religioso que, por muchos años ha generado una significativa movilidad humana, sin dejar de lado los aspectos culturales, el cantón, en su territorio, abre paso a la generación de productos agropecuarios, que garantizan la seguridad alimentaria y emprendimientos productivos.

Desde el año 2009, se han efectuado mejoras en la infraestructura cantonal, que generan un mayor realce en los aspectos deportivos y turísticos, creando así un valor agregado al territorio.

Dentro del sistema económico y financiero, la actividad económica del cantón se basa en la agricultura. Durante todo el año, se pueden observar cultivos de maíz,



frejol, arveja, tomate de árbol y tomate de riñón. Con respecto a la fruticultura, están los cultivos más comunes como son: el durazno, granadilla y chirimoya.

A más de esta actividad, las personas han optado por elaborar productos artesanales marcados significativamente por el tejido del sombrero de paja toquilla y las chompas de lana de oveja. Para diversificar la economía local, existen talleres de sastrería, carpintería y zapatería.

Tanto los productos agrícolas como los artesanales, en su mayoría son comercializados en los mercados de Paute, Cuenca, Azogues y Gualaceo, y una parte pequeña se destina para el autoconsumo y para su venta en la feria dominical en el centro cantonal.

El cantón es muy pequeño con respecto a los cantones vecinos, no existen fábricas que generen grandes fuentes de empleo, las personas trabajan por su propia cuenta en la agricultura, en algunos casos esta actividad no es justa económicamente, lo que ha generado olas migratorias de la población local a otros lugares, como por ejemplo a las grandes ciudades como Cuenca, también está presente la migración al exterior, donde los destinos más populares son Estados Unidos, España e Italia.

1.1.1 Aspectos socio económicos

De acuerdo con la información registrada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), la población económicamente activa del cantón se desenvuelve en las siguientes actividades: agricultura (45%), construcción (9,20%), comercio por mayor y menor (8,70%), transporte y almacenamiento (6,30%), industrias manufactureras (5,20%), administración pública y defensa (4,70%), actividades de alojamiento y servicios de comidas (2,90%), enseñanza (2,60%) y otras actividades (15,40%). La población en su mayoría lee y escribe, sin embargo un 11% no lo hace, porcentaje que corresponde al segmento de adultos mayores.

En el centro cantonal, existe la Escuela de Educación General Básica Ciudad de Guachapala, cuenta con los niveles de Inicial I y II y desde el 1^{er} grado hasta 7^{mo} grado, la Unidad Educativa Temporal de Guachapala y el Colegio a Distancia Monseñor Leónidas Proaño, que brindan educación a los niveles Básica Superior



(8^{vo}, 9^{no} y 10^{mo} grado) y el Bachillerato (tres cursos), con especialización en Bachillerato General Unificado y Bachillerato Técnico en Mecánica Industrial.

Al ser un cantón pequeño, no existen extensiones de universidades; por lo cual, las personas que desean cursar los niveles de educación superior, lo deben realizar en la ciudad de Cuenca, considerando un tiempo de viaje de alrededor de una hora; también se ha optado por la educación a distancia en la Universidad Particular de Loja, cuya extensión se encuentra ubicada en el cantón Paute que se encuentra a 10 minutos de distancia aproximadamente.

Con respecto a la salud, el cantón cuenta con un Subcentro de Salud Básico del Ministerio de Salud Pública y un dispensario del Seguro Social Campesino para las comunidades rurales, ubicado en la comunidad de Guablid.

Los patrones culturales son similares en los cantones Guachapala, El Pan y Sevilla de Oro, la población es básicamente mestiza, cuyo estilo de vida está vinculado con el agro y la organización rural, donde sobresale una estructura social, económica y cultural.

1.1.2 Religión

La religión se abre paso como un referente socio cultural de la población Guachapaleña, ya que en el cantón se encuentra el Santuario del Señor de Andacocha, la veneración sobrepasa los límites locales y poco a poco se ha convertido en un referente provincial, nacional y de las comunidades de migrantes en el exterior. En las festividades en honor al Señor de Andacocha, se puede evidenciar un gran afluente de personas indígenas, diferentes expresiones culturales como danzas, escaramuzas y un despliegue de juegos pirotécnicos que son elaborados por habitantes del cantón.

Sin duda la gastronomía es un factor socio cultural muy importante, que permite expresar la creatividad de un pueblo. Por ejemplo, uno de los cultivos más representativos, no solo en Guachapala, sino en toda la zona andina del país, es el maíz; a partir de este grano, las manos de las cocineras guachapaleñas han podido elaborar el mote, el mote casado con porotos, tortillas de maíz y de choclo tierno, el champús (bebida hecha con maíz pelado) y la tradicional chicha de jora que aún es repartida en las mingas. En el cantón se prepara el chancho hornado,



el cuy asado entre otros platillos que se pueden encontrar los fines de semana en el mercado central y en el de Andacocha.

Las mingas aún son consideradas como una forma de cooperativismo, existe la expresión cultural denominada “el cambia mano”, que es una forma de trabajo cooperativo pero recíproco; es decir que, si hoy trabajaron en mi terreno, mañana trabajan en el tuyo y pasado en el del vecino. Aún se sigue arando la tierra con la yunta (dos toros, atados con un uncidor y arreados por el dueño de la yunta con una púa, que es un palo con un clavo en la punta). A la hora del almuerzo, en un día de trabajo en el campo, no puede faltar el caldo de gallina criolla, el mote con habas, un cuy asado y un traguito puro para asentar la comida.

1.1.3 Vialidad y movilización

Con respecto a la vialidad, las calles céntricas son adoquinadas con características coloridas y en las noches se pueden divisar luces a los costados. Las vías principales que permiten la comunicación intercantonal e interprovincial son de asfalto y con la debida señalización. Las vías terciarias comprenden 54,64% del total de la red vial; los accesos a los centros poblados están conformados por material asfáltico, mientras que los otros tramos tienen calzadas lastradas, cuyo estado es regular.

Para la movilización de los habitantes, existen dos cooperativas de transporte terrestre; una de camionetas “Señor de Guachapala”, con 36 vehículos y la cooperativa de taxis “Francisco Asmal”, con 6 vehículos para el traslado de las personas, tanto dentro como fuera del cantón.

No existe una cooperativa de buses que permita la comunicación con la ciudad de Cuenca; no obstante, se pueden utilizar las siguientes cooperativas: Alpes Orientales, Turismo Oriental, Centinela del Oriente, Ciudad de Sucúa y la cooperativa Macas, las 4 últimas permiten la comunicación con provincias de la Amazonía. Los turnos son regulares, en algunas ocasiones los pobladores salen a Paute donde sí existen cooperativas de buses, con una frecuencia de salida de cada 15 minutos.



1.1.4 Energía eléctrica

Cabe recalcar que, en cuanto al servicio de energía eléctrica, la población cuenta con el servicio en su totalidad; así mismo el servicio de agua potable, donde cada comunidad cuenta con su respectivo proyecto. El déficit se presenta en el sistema de alcantarillado, ya que, al contar con una población mayoritariamente rural, hace que este tema sea complejo de resolver. Solo el centro cantonal cuenta con esta característica, los poblados rurales cuentan con pozos sépticos, por lo cual, la posibilidad de contar con el alcantarillado total aún se encuentra dentro de la fase de análisis y estudios.

A más de la infraestructura y equipamiento existentes, el cantón cuenta con una cooperativa de ahorro (Mushuc Runa) y dos cajeros automáticos (CACPE BIBLIAN y JEP); un Mega Infocentro, un Centro Infantil del Buen Vivir, un departamento del Benemérito Cuerpo de Bomberos, una Unidad de Policía Comunitaria, un centro Gerontológico “Florcita Galarza” y un moderno Polideportivo.

1.2 ANTECEDENTES TURÍSTICOS DEL CANTÓN GUACHAPALA

El cantón Guachapala, se desarrolla en torno a la cultura, naturaleza y devoción, donde resalta su particular orografía a orillas del Río Paute, que hoy forma parte del embalse Mazar. Guachapala se ha convertido, con el paso de los años, en un lugar de progreso y desarrollo.

Albornoz (1935) expresa que Guachapala significa “Atalaya del Pueblo”; y una crónica temprana española señala; “a un kilómetro más allá del terrible Supay-Urco (Montaña del Diablo, en quichua) está el asiento de indios llamado Guachapala”. La palabra Guachapala proviene de dos vocablos Aymara, guacha es: descanso y pala: cordel, que significa “lugar de atar” y considerado como sitio de descanso.

Existe otra hipótesis, pero esta vez religiosa. En los tiempos coloniales existió una imagen de Cristo crucificado muy venerada, hecha de madera llamada “Guachapeli”, y de ello derivaría el nombre del cantón.



El primer atractivo turístico dentro del territorio del cantón, nace en 1957 con la aparición de la imagen de “Señor de los Milagros de Andacocha”, ubicado en la comunidad de Andacocha. La imagen de diminuto tamaño (12 cm de largo y 5 cm de ancho), fue encontrada por don Manuel Corte Juela, mientras realizaba trabajo de arado en sus tierras.

En el sitio se levantó una iglesia, la misma que fue construida con base en trabajos de mingas comunitarias, en tiempos anteriores era muy difícil acceder a Andacocha, los peregrinos en acción de penitencia llevaban a cuestas sobre su espalda o en caballos arena, piedras, bloque y demás materiales. La iglesia es considerada como “Santuario Arquidiocesano del Señor de los Milagros de Andacocha”.

El caserío cuenta con siete familias que habitan de manera permanente, el lugar cuenta con diferente equipamiento como un parque ecológico para el descanso de los peregrinos, un parqueadero, se han adecuado espacios para el disfrute de actividades deportivas y se está trabajando en la construcción del mercado municipal.

Una de las peregrinaciones más originales, la realizan los indígenas de Huayrapungo (Cañar), quienes cruzan los páramos hasta el santuario de Andacocha.

El Santuario del Señor de los Milagros de Andacocha es frecuentado todo el año, con una presencia mayoritaria de feligreses en el mes de septiembre, en especial el día 14, donde se conmemora la fiesta religiosa en su honor.

Es visitado, en especial por los habitantes de las áreas rurales de las provincias de Azuay y Cañar, quienes realizan el ascenso a pie pidiendo por el bienestar de su familia y por aquel migrante que decidió viajar al exterior. Entre rezos y oraciones, lágrimas y sollozos, muchos agradecen por aquel familiar que llegó bien y hacen promesa de realizar una peregrinación constante, y otros deciden demostrar su agradecimiento, siendo partícipes y priostes de las fiestas religiosas.

Doctv (2018) expresa que en Andacocha se produce el fenómeno denominado “sincretismo cultural”, que por un lado está la religiosidad enmarcada por la fe, y



por el otro lado, el costumbrismo de una región; esta última, es testimoniada por los devotos, ya que manifiestan que la devoción ha permitido cruzar fronteras sanos y salvos de manera ilegal.

Anteriormente, para acceder al santuario, se lo hacía a través de un camino de herradura de aproximadamente 5 kilómetros, los feligreses subían caminado y los más pequeños lo hacían en caballo. En el año 2005, se habilitó la carretera carrozable, que permite el acceso en vehículo.

Aproximadamente 4,3 kilómetros, permiten la conexión del centro cantonal con Andacocha, la vía de acceso de asfalto, considerada de primer orden, está en buen estado. Conforme se camina al santuario, se pueden divisar los pequeños fragmentos de aquel camino de herradura que hoy en día es conocido como el “Camino del Peregrino”, utilizado hasta la fecha.

Cabe recalcar que Andacocha es un asentamiento pequeño, por ende, en las festividades se cierra el acceso de vehículos particulares al santuario, y se permite de manera exclusiva la circulación de las cooperativas de transporte que existen dentro del cantón. Esta acción permite la dinamización de la economía y el desarrollo de los habitantes, quienes aprovechan de las festividades para establecer negocios temporales, que aportan con el factor económico a sus hogares, es muy curioso ver como grandes y pequeños aprovechan de estas fechas.

El santuario de Andacocha es el principal atractivo del cantón; sin embargo, en el año 2012 se construyó el Parque Acuático Guachapala, permitiendo la diversificación de atractivos y de actividades para el disfrute de los turistas. La administración de este complejo recreativo se encuentra a cargo del GAD de Guachapala.

En un conversatorio con el Licenciado Martin Morocho (conversación personal, octubre, 2019) Director del Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD de Guachapala, manifestó que “el parque acuático fue creado con la finalidad de activar y dinamizar la economía del cantón y así generar un ingreso para familias; así mismo, el mercado municipal que está junto a este atractivo se transformó en un patio de comidas con una gran variedad de platillos



que están al servicio de los visitantes”. Por otro lado, señaló que “el mirador Peña Blanca se lo hizo con el propósito de diversificar la oferta turística y ser un complemento para el parque acuático”.

Con los réditos obtenidos en tres años y sumado a la inversión municipal, se realizó la ampliación de la infraestructura. En la primera etapa, el parque constaba de una piscina con olas artificiales, una piscina infantil y una piscina con toboganes. A partir del año 2015, además del equipamiento mencionado, cuenta con baños de cajón, sauna, zona de snorkel, cascadas de agua, hidromasaje, zona de escalada, vestidores, duchas, casilleros, una piscina aérea y un péndulo gigante.

Las piscinas son de agua temperada, las tarifas son accesibles, los adultos pagan \$4,00, los niños \$2,50, los adultos mayores \$1,70 y la tarifa diferencial para las personas con discapacidad es de \$ 1,20.

En el año 2017, se inauguró el mirador Peña Blanca, en este mirador se ubicaron las letras de la palabra GUACHAPALA, cuya estructura es de tubo cuadrado galvanizado, cubierto con lona luminosa panaflex y a los costados recubiertas con tol. Las letras miden aproximadamente 5 metros de alto por 30 metros de ancho con una base de un metro y medio de alto, están decoradas con fotografías de los habitantes; así también, de los diferentes atractivos turísticos existentes en el lugar.

El área está dotada con baterías sanitarias, bancas y áreas verdes, desde donde se puede observar el paisaje que adorna al pueblo y parte del embalse Mazar.

Otro de los atractivos con mayor afluencia es la imagen del “Señor de Guachapala”, que reúne a miles de feligreses en el mes de noviembre. En esta festividad, se realiza la procesión de la imagen acompañada de los “viejitos de la fiesta”, personas que bailan al ritmo de la banda del pueblo con una máscara de tela blanca, decorada al gusto de cada danzante y una beta (por lo general son ramas pequeñas de sauce). Esta tradición ha ido pasando de generación en generación, no es nada curioso ver a los padres e hijos bailando tomados de la mano. Es una expresión única, que nació en Guachapala y no se ha visto en ningún otro lugar.



Los emprendimientos no han quedado atrás, en el cantón existe un parque temático de deportes extremos llamado Yubar Park, el jardín botánico “La Macarena”, el mirador de Guachaventura, entre otros.

El turismo es un fenómeno que permite el desarrollo de la población y del entorno. Guachapala además de la actividad agrícola, se beneficia de los ingresos generados por la llegada de los turistas, por lo que, se puede deducir que se ha aprovechado muy bien el potencial turístico y la población está satisfecha con las mejoras obtenidas.

1.3 ANÁLISIS FODA

Las matrices FODA y FODA cruzado, ayudan a determinar la situación inicial del cantón Guachapala, información que posteriormente servirá de base para establecer el portafolio de estrategias de difusión, una propuesta de desarrollo planteada como objetivo en el presente proyecto de intervención.

La matriz FODA permite clasificar las fortalezas, amenazas (análisis externo) y oportunidades y debilidades (análisis interno).



Tabla 1

Matriz FODA del cantón Guachapala

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vías y equipamiento en buen estado. 2. Presencia de elementos patrimoniales y técnicas culinarias tradicionales. 3. Diversificación de atractivos turísticos. 4. Cooperativismo de los pobladores para realizar mingas. 5. Presencia de iconografía religiosa que reúne a miles de feligreses cada año. 6. Sistema político bien definido y estructurado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asignación de fondos económicos para el desarrollo turístico por parte del GAD cantonal. 2. Alto interés y liderazgo de las autoridades para emprender proyectos turísticos. 3. Inquietud de los turistas por conocer la cultura local de un pueblo. 4. Dinamización de la economía entre la población local. 5. Crecimiento notorio del turismo en el cantón. 6. Gestión de la competencia de turismo por parte del GAD.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poco interés en nuevas formas de turismo de naturaleza y deportes de aventura. 2. No existe un área dedicada exclusivamente al tema turístico. 3. No existe un plan de Desarrollo Turístico en el cantón. 4. Desvalorización de la arquitectura tradicional, a causa del modernismo. 5. No existe una planta turística completa y personal capacitado profesionalmente en el área de turismo. 6. No existe un plan de Marketing que permita promocionar al cantón. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crisis económica a nivel nacional e internacional. 2. Condiciones climáticas variables. 3. Poca continuidad en los proyectos turísticos, causado por la transición de autoridades políticas de manera periódica. 4. Productos turísticos ya establecidos, que puede ocasionar conformismo en generar nuevos proyectos. 5. Competencia en desarrollo turístico en los cantones Paute y Gualaceo. 6. Poco conocimiento de la población a nivel nacional, sobre la existencia del cantón en el tema turístico.

Nota. Adaptado de la Actualización del PDyOT 2014-2027 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala.

Tabla 2

Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Fortalezas y Oportunidades

Análisis interno		FORTALEZAS					
		F1. Vías y equipamiento en buen estado.	F2. Presencia de elementos patrimoniales y técnicas culinarias tradicionales.	F3. Diversificación de atractivos turísticos.	F4. Cooperativismo de los pobladores para realizar mingas.	F5. Presencia de iconografía religiosa.	F6. Sistema político bien definido y estructurado.
Análisis externo							
OPORTUNIDADES	O1. El GAD destina fondos económicos para el desarrollo turístico.	4	3	4	3	2	5
	O2. Alto interés de las autoridades.	4	3	3	2	4	3
	O3. Inquietud de los turistas por conocer la cultura local de un pueblo.	3	5	4	2	3	3
	O4. Dinamización de la economía entre la población local.	4	3	3	4	3	3
	O5. Crecimiento notorio de los turistas en el cantón.	4	3	3	3	5	4
	O6. Gestión de la competencia de turismo por parte del GAD.	5	4	5	5	5	5

Nota. Adaptado de la Actualización del PDyOT 2014-2027 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala.



Tabla 3

Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Debilidades y Oportunidades

Análisis interno		DEBILIDADES					
		D1. Poco interés de la población en nuevas formas de turismo de naturaleza y deportes de aventura.	D2 No existe un área dedicada exclusivamente al tema turístico.	D3. No existe un plan de Desarrollo Turístico en el cantón.	D4. Poco aprecio de la arquitectura tradicional, a causa del modernismo.	D5. Planta turística incompleta.	D6. No existe un plan de Marketing.
Análisis externo							
OPORTUNIDADES	O1. El GAD destina fondos económicos para el desarrollo turístico.	2	1	1	3	1	1
	O2 Alto interés y liderazgo de las autoridades.	4	2	1	3	2	1
	O3. Inquietud de los turistas por conocer la cultura local de un pueblo.	3	3	1	3	1	1
	O4. Dinamización de la economía entre la población local.	2	1	2	1	2	1
	O5. Crecimiento notorio de los turistas en el cantón.	2	2	1	3	2	2
	O6. Gestión de la competencia de turismo por parte del GAD.	3	3	1	3	1	1

Nota. Adaptado de la Actualización del PDyOT 2014-2027 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala.



Tabla 4

Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Fortalezas y Amenazas

Análisis interno		FORTALEZAS					
		F1. Vías y equipamiento en buen estado.	F2. Presencia de elementos patrimoniales y técnicas culinarias tradicionales.	F3. Diversificación de atractivos turísticos.	F4. Cooperativismo de los pobladores para realizar mingas.	F5. Presencia de iconografía religiosa.	F6. Sistema político bien definido y estructurado.
Análisis externo							
AMENAZAS	A1. Crisis económica a nivel nacional e internacional.	2	1	2	2	1	2
	A2. Condiciones climáticas variables.	2	2	1	3	1	2
	A3. Poca continuidad de proyectos turísticos.	2	1	2	2	2	2
	A4. Productos turísticos establecidos.	2	2	2	3	2	3
	A5. Desarrollo turístico en cantones cercanos.	2	2	2	3	2	2
	A6. La población nacional tiene poco conocimiento sobre la existencia del cantón.	1	1	1	2	2	1

Nota. Adaptado de la Actualización del PDyOT 2014-2027 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala.



Tabla 5

Matriz FODA cruzado del cantón Guachapala. Debilidades y Amenazas

Análisis interno		DEBILIDADES					
		D1. Poco interés de la población en nuevas formas de turismo de naturaleza y deportes de aventura.	D2. No existe un área dedicada exclusivamente al tema turístico.	D3. No existe un plan de Desarrollo Turístico en el cantón.	D4. Poco aprecio de la arquitectura tradicional, a causa del modernismo.	D5. Planta turística incompleta.	D6. No existe un plan de Marketing.
Análisis externo							
AMENAZAS	A1. Crisis económica a nivel nacional e internacional.	1	2	1	1	1	1
	A2. Condiciones climáticas variables.	2	1	1	1	1	1
	A3. Poca continuidad en los proyectos turísticos.	1	1	1	1	1	1
	A4. Productos turísticos establecidos.	2	1	1	2	1	1
	A5. Desarrollo turístico en cantones cercanos.	1	1	1	1	1	1
	A6. La población nacional tiene poco conocimiento sobre la existencia del cantón.	1	1	1	1	1	1

Nota. Adaptado de la Actualización del PDyOT 2014-2027 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala.



Para la valoración, se tomó como base la escala de Likert:

1: Muy bajo

2: Bajo

3: Medio

4: Medio alto

5: Alto

6: Muy alto

A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Tabla 6

Resultados de la matriz de FODA cruzado del cantón Guachapala

		NOMENCLATURA	PUNTAJE	ALANCE
Fortalezas	y	FO	131	Fuerte Reactivo
Oportunidades				
Fortalezas y Amenazas		FA	67	Débilmente Reactivo
Debilidades	y	DO	67	Fuertemente Proactivo
Oportunidades				
Debilidades y Amenazas		DA	39	Débilmente Proactivo

Nota. Elaboración propia

Guachapala es un territorio Fuertemente Reactivo (FO); es decir, las nuevas tendencias son de fácil adaptación, por ende, se recomienda la diversificación de productos, aprovechamientos de escenarios positivos y de oportunidades.

1.4 ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO TURÍSTICO DEL CANTÓN GUACHAPALA.

El GAD del cantón Guachapala asumió la competencia de Turismo en el año 2012, como parte de la descentralización del gobierno central a los diferentes entes gubernamentales, el GAD dentro de la competencia de turismo realiza promoción y publicidad.

Sin embargo, el GAD del cantón no cuenta con una unidad o departamento específico para el tema turístico. Dentro de las instalaciones, se encuentra la



oficina de Relaciones Publicas, Cultura y Turismo, desde esta unidad se coordina asuntos relacionados con turismo, pero sin dejar al lado lo cultural.

Los proyectos turísticos son incluidos en la Planificación General, y al no haber una unidad propia de turismo, es muy difícil saber cuánto se destina del presupuesto anual para este rubro.

En el cantón, la planta turística es incompleta y pequeña, lo que limita a generar ingresos por la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), el único generador de recursos monetarios por el concepto turístico es el Parque Acuático Guachapala, los réditos obtenidos son invertidos en el mismo lugar para cubrir gastos de personal y mantenimiento.

A continuación, se analizarán los ingresos y gastos del parque acuático del periodo comprendido entre enero del año 2014 y julio del 2019.

Tabla 7

Ingresos del parque acuático 2014-2019

AÑO	INGRESO	GASTOS	DIFERENCIAL
2014	\$35.592,00	\$31.040,16	\$4.551,84
2015	\$73.047,00	\$ 24.554,99	\$48.492,01
2016	\$136.009,00	\$38.200,09	\$97.808,91
2017	\$111.927,60	\$52.295,99	\$59.631,61
2018	\$106.266,00	\$89.255,16	\$17.010,84
2019 julio	\$57.497,60	\$41.114,12	\$16.383,48
Total	\$520.339,20	\$276.460,51	\$243.878,69

Nota. Adaptado de la información económica del Departamento Financiero del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guachapala, 2019.

La administración económica y física del parque acuático ha sido directa desde el GAD de Guachapala. Es necesario analizar los rubros de ingresos y egresos que se generan en el lugar.

En el año 2014, los ingresos y egresos generados por el uso de este atractivo fueron de \$35.592,00 y \$31.040.16 respectivamente, dejando un diferencial de \$4.551,48. La estructura del parque acuático se mantuvo desde el año 2012, el



precio del ticket para el ingreso a las instalaciones estuvo establecido entre uno y tres dólares.

Para el mes de septiembre del año 2015, se concluyó con mejoras en las instalaciones. Las adecuaciones que se realizaron, han llamado mucho la atención de los turistas. El precio de la entrada al parque se mantuvo igual al del 2014, los ingresos fueron de alrededor de \$73.047,00 y los egresos de \$24.554,99. El diferencial fue de \$48.492,00.

Las tasas de turismo interno crecieron en el año 2016, generando desarrollo en los territorios turísticos del país. El cantón Guachapala no fue la excepción y esto se vio reflejado en la recaudación, ya que, los ingresos se establecieron en \$136.000,00 y los gastos no superaron el \$38.200,09. El valor de las entradas al igual que los años anteriores se mantuvo entre uno y tres dólares.

En el año 2017, se decidió subir el costo de las entradas (entre \$1,20 y \$4,00); sin embargo, la cantidad de turistas disminuyó, y los ingresos percibidos fueron de \$111.927,06.

Así mismo, en el año 2018 los ingresos del parque disminuyeron a \$106.266,00 y los egresos crecieron a \$89.255,16. Según el análisis realizado, en el año 2018 se generaron más egresos, esto debido a que, se comenzaron a pagar los sueldos, cuyo rubro ascendía al valor de \$26.222,71 aproximadamente. En este valor, se incluyeron remuneraciones y salarios unificados, decimotercer y decimocuarto sueldo, horas complementarias y suplementarias, aporte patronal y fondos de reserva.

Para julio de 2019, las recaudaciones alcanzaron un monto de \$57.497,60 y los gastos efectuados sumaron \$41.114,12. Este mismo año también se cubrieron los salarios de los trabajadores.

Los egresos más significativos son por concepto de adquisición de combustible, utilizado para temperar las piscinas, y materiales de aseo.

En un conversatorio con empleados del Parque Acuático Guachapala, manifestaron que las visitas han disminuido desde el año 2017, ellos recomiendan que deben realizarse cambios notorios como es el caso de la pintura de la fachada, que se ve afectada por las condiciones climáticas



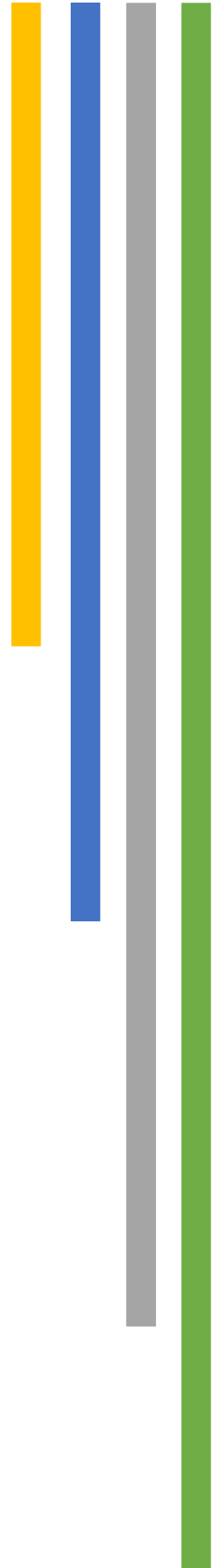
variables. Otra recomendación que se presenta es la implementación de nuevos elementos que despierten el interés de los visitantes.

Se han mantenido diálogos con la población local, donde se puede evidenciar que las personas están conformes con el avance turístico que se está dando en el territorio, la actividad turística permite que los habitantes se beneficien de manera directa (prestadores de servicios turísticos) e indirecta (negocios afines a la actividad).

Antes de llevarse a cabo los proyectos turísticos mencionados, se dotó a la mayor parte del cantón, tanto del territorio urbano como rural de los servicios básicos. Por otro lado, cuando el parque acuático abrió sus puertas en el 2012, la población guachapaleña pudo disfrutar sin costo alguno de sus servicios, debido a que, por parte de las autoridades se pensó que los habitantes debían ser los primeros en aprovechar de dicha obra; de esta manera, se consiguió que los actores locales miren al turismo como una gran oportunidad de crecimiento.

Con base en lo antes expuesto, se puede concluir que el GAD de Guachapala destina una cantidad de dinero significativa al turismo, a pesar de considerarse un cantón pequeño.

Así mismo, para la realización de eventos, se invierte un rubro adicional; y sobre aquello, es necesario mencionar que ha sido muy complejo acceder a la información, debido a que, este gasto no está contemplado dentro de la planificación financiera; sino que, en el transcurso del año, se van destinando recursos de acuerdo al tipo de evento o a los requerimientos específicos para su ejecución. Es decir, el evento no se ajusta al presupuesto sino el presupuesto se ajusta al evento.



CAPÍTULO II

CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUACHAPALA.



2.1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEL CANTÓN GUACHAPALA.

La infraestructura del cantón Guachapala es administrada por el departamento de Obras Públicas del GAD cantonal.

2.1.1 Vialidad

La red vial está constituida por las redes primaria y secundaria. La red primaria está conformada por vías arteriales, que permiten la comunicación de un centro poblado con otro; y, la red secundaria facilita la comunicación dentro del cantón. La longitud de las vías cubre cerca de 18.830 mts.

Los materiales que constituyen la red vial son: hormigón asfáltico, doble tratamiento superficial bituminoso, lastre y tierra. La infraestructura vial se encuentra en buen estado el 36%, en conservación regular el 43% y en mal estado alrededor del 20%.

El buen estado de la vialidad, ha facilitado la comunicación y el desarrollo de las comunidades, los comerciantes pueden sacar sus productos y abastecer los mercados locales, generando, de esta manera, ingresos económicos.

2.1.2 Servicio de agua potable

El servicio de agua potable es abastecido por tres vertientes Alisal, Ishpingo y Tres Cruces; y, según el análisis químico biofísico, realizado por la Facultad de Química de la Universidad de Cuenca, las tres vertientes son de muy buena calidad. Es necesario aclarar que las mismas cubren solo la cabecera cantonal, ya que cada comunidad posee su propia concesión y proyecto de agua potable, que es administrado por la junta de agua potable de cada sector.

En el año 2014 se implementó el nuevo sistema de agua potable para brindar un servicio de calidad y mejorar el sistema de captaciones que fue inicialmente gestionado en 1990, cuando Guachapala aún era parroquia del cantón Paute. Para el periodo 2001-2002 la Ilustre Municipalidad de Guachapala (nominación anterior del GAD), realizó un mejoramiento del servicio.



La planta de tratamiento se ubica a 1 km de la cabecera cantonal en sentido suroeste, cuenta con dos tanques de almacenamiento, uno de 150 cm³ y otro de 50 cm³. El nuevo sistema abastece a toda el área urbana y sus áreas de expansión, en especial al sector de Monjas.

El 99% de los predios urbanos de Guachapala cuentan con el servicio de agua potable, su uso es controlado a través de medidores y el valor por consumo es recaudado por el departamento de Tesorería del GAD cantonal.

Que las comunidades cuenten con su propio proyecto de agua potable, constituye un avance significativo, puesto que, hace algunos años atrás, éstas contaban con servicio de agua entubada. Si bien es cierto en el centro cantonal, los predios urbanos en su gran mayoría cuentan con este servicio, tan sólo el 1% no lo tiene, debido a que, son predios de una posible lotización o que han permanecido abandonados.

2.1.3 Servicio de agua de riego

Dentro de las actividades económicas que impulsan al cantón, se destacan la agricultura y ganadería, por lo que es importante que el territorio permanezca dotado de fuentes de agua de riego.

El uso del agua de riego se destina únicamente para la producción agrícola y pecuaria, especialmente en la producción de maíz, tomate de árbol y cultivo de pastos.

El sistema de riego está compuesto por acequias, en algunos casos están construidas con hormigón y en otros casos, son de tierra.

Dentro del cantón existen cuatro canales de riego establecidos: Guallabuzho, Shushcurum, Sector 3 y Sector 2. Los canales de riego cubren alrededor de 3.500 mts. La administración de este servicio depende de cada asociación de riego o a su vez de agricultores, con asesoramiento del GAD.



2.1.4 Servicio de energía eléctrica

El sistema de energía eléctrica, es manejado y coordinado a través de la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur C.A., abastecido por una línea de transmisión a 138 KW.

La distribución de energía eléctrica es muy buena, abastece a los sectores urbano y rural del cantón. El cableado eléctrico se extiende sobre postes de hormigón, en su gran mayoría, se encuentran sobre la vía Transversal Austral E40.

El principal déficit energético se manifiesta en el alumbrado público, está presente en su totalidad en la cabecera cantonal y en la E40; sin embargo, en las comunidades rurales el servicio es casi nulo.

La seguridad es uno de los factores preocupantes en el cantón, como consecuencia de la falta de alumbrado público en las comunidades, se han producido delitos de abigeato, dejando sin sustento a familias de los distintos sectores.

2.1.5 Servicio de alcantarillado

El sistema de alcantarillado fue construido hace 25 años; y, con el objetivo de mejorar la red de alcantarillado, en el año 2010 se realizó la contratación de los “Estudios y Planes maestros de alcantarillado para el centro cantonal”.

En el año 2018 se construyó el alcantarillado en el sector de Gullancay. Los colectores son de 300 mm, cuyo material de construcción es de hormigón simple.

Las aguas negras son conducidas hacia tres sitios de descarga que son: la quebrada de Shushcurum, Monjas y Gullancay, mismas que desembocan en el río Paute, las descargas son directas y no tienen ningún tipo de tratamiento.

El sistema de alcantarillado actual cubre alrededor de 6.500 metros y en un futuro pretende cubrir cerca de 3.500 metros más. El mantenimiento de la red de alcantarillado lo realiza el GAD del cantón.

Es necesario conocer que la parte rural del cantón no cuenta con alcantarillado, el principal problema es la distancia en la que se encuentran las casas y el



terreno irregular. La creación de pozos sépticos se convierte en una posible solución para los habitantes, para así contrarrestar con la problemática latente del inadecuado manejo y tratamiento de desechos humanos.

2.1.6 Servicio de recolección de desechos

Uno de los factores más importantes dentro del desarrollo de una localidad es el manejo de desechos sólidos. En Guachapala, el GAD cantonal es el encargado de la recolección y limpieza de las calles, tanto en el área urbana como rural.

La recolección de desechos orgánicos e inorgánicos se la realiza a través de un vehículo recolector, cuyo servicio es propio de la institución pública. Los horarios de recolección de residuos orgánicos en el centro cantonal son los días lunes y viernes, los días miércoles se realiza el servicio en el área rural y la basura inorgánica se recolecta los días martes.

En el año 2012 se formó la empresa Pública Municipal Mancomunada de Aseo Integral (EMMAICP-EP), que se encargaba del manejo de desechos sólidos en los cantones: Guachapala, Gualaceo, El Pan, Sígsig y Chordeleg. La iniciativa de la mancomunidad no tuvo el éxito esperado, razón por la cual las autoridades de turno decidieron no formar parte en el año 2016.

Es muy importante señalar que dentro del cantón no existe un relleno sanitario, razón por la cual, el material de desecho recolectado es enviado a la planta de relleno sanitario Pichacay del GAD de Cuenca, a través de un convenio que mantienen las dos entidades.

2.1.7 Servicio de telefonía e internet

Actualmente el servicio de telecomunicaciones es muy importante para el desarrollo de una región; por lo que, el cantón Guachapala cuenta con la cobertura de telefonía fija, que es abastecida por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). La red de telefonía fija se mantiene desde hace 14 años, la empresa brinda mantenimiento constante para evitar inconvenientes con los usuarios.



Con el desarrollo de la tecnología, el uso del servicio de telefonía fija ha ido disminuyendo, razón por la cual este servicio cubre tan solo el 31% de la población.

En el cantón, la cobertura móvil está a cargo de las empresas CNT, Claro, Movistar y Tuenti, la señal es muy buena.

El servicio de internet es brindado por la empresa local Megaconexiones y por empresas ubicadas en el cantón Paute. La rapidez de conexión y el servicio como tal son muy buenos (Gobierno Autónomo Descentralizado de Guachapala y Asociación de Municipalidades del Ecuador, 2019).

2.2 ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y LA PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUACHAPALA.

2.2.1 Principales atractivos del cantón Guachapala.

El cantón cuenta con atractivos que, poco a poco, se han ido posicionando en la mente de los turistas, entre ellos se destacan como expresiones culturales: las Fiestas del Señor de Guachapala, las Fiestas del Señor de Andacocha y el Vía Crucis escenificado y como recursos turísticos: el Santuario del Señor de Andacocha, el Santuario Ecológico del Señor de Andacocha, la Iglesia Central, el Mirador Peña Blanca y el Parque Acuático Guachapala.

Utilizando la Guía Metodológica del Ministerio de Turismo, se ha jerarquizado a los atractivos con la validación del Área de Turismo de Guachapala. A continuación, se presentan las características de cada atractivo.



Tabla 8

Jerarquización de atractivos del cantón Guachapala

NOMBRE	TIPO	SUBTIPO	ACTIVIDAD	UBICACIÓN
Iglesia de la Inmaculada Concepción	Arquitectura	Histórica / Vernácula	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Venta de artesanías 	Centro cantonal
Santuario de Andacocha			<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación y bebidas • Expresiones Culturales 	Aproximadamente a 5 Km del centro cantonal
Santuario Ecológico del Señor de Andacocha		Infraestructura recreativa	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Esparcimiento • Caminata 	Aproximadamente a 5 Km del centro cantonal
Parque Acuático			<ul style="list-style-type: none"> • Toboganes • Piscina con olas artificiales • Sauna • Baños de cajón 	Centro cantonal
Mirador Peña Blanca			<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Caminata • Observación 	

Nota. Adaptado de Actualización del Inventario de atractivos turísticos del cantón Guachapala con la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador 2017 por Cristian Alvarado, 2020. Universidad de Cuenca.

Si analizamos el desarrollo turístico actual, respaldado con la jerarquización de atractivos y el PDyOT del cantón, actualmente el turismo cultural-religioso está en auge y con una orientación al turismo de naturaleza y recreacional.



2.2.2 Planta turística del cantón Guachapala

Boullón (2016) expresa que los servicios vendidos a los turistas son elaborados por el subsistema denominado “planta turística”, el mismo que está conformado por dos componentes:

- a) El equipamiento.
- b) Las instalaciones.

El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedica a prestar los servicios básicos. (...). El segundo componente lo constituyen las instalaciones, deben anotarse todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

Guachapala tiene una extensión relativamente pequeña (3.966,94 Ha), la planta turística es incompleta, en el territorio se produce el fenómeno de la estacionalidad turística provocada por el turismo religioso, lo cual impide que la población apueste por emprendimientos que posibiliten el disfrute pleno de los visitantes.

A continuación, se detallan los servicios turísticos que existen en el cantón.



Tabla 9

Componentes de la planta turística del cantón Guachapala

CANTIDAD	TIPO DE SERVICIO	NOMBRE	CAPACIDAD
2	Transporte	Compañía de transporte Señor de Guachapala	36 unidades
		Compañía de taxis Francisco Asmal	6 unidades
1	Alojamiento	Hotel Eclipse	16 habitaciones 32 plazas Capacidad para 40 personas
4	Alimentación	Restaurante La Delicia	12 mesas capacidad para 100 personas
		Restaurante Reina del Cisne	7 mesas capacidad para 32 personas
		George Burger	5 mesas capacidad 20 personas
		Patio de comida municipal	7 locales de comida típica 2 de comida rápida

Nota. Adaptado de la Actualización del PDyOT 2014-2027 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala y visitas de campo, 2019.

En el cantón no existen empresas de transporte turístico, la compañía de camionetas y taxis realiza la función de movilizar a los turistas, permitiendo así la conexión entre atractivos, las tarifas por transporte son muy accesibles.

Con respecto al alojamiento, Guachapala cuenta con un hotel, según el PDyOT no consta dentro del catastro turístico del MINTUR.

En cuanto al servicio de alimentación, se destacan los restaurantes Reina del Cisne, La Delicia y George Burger, que prestan atención todos los días de la semana, mientras que el Patio de Comidas Municipal, lo hace únicamente los días sábados, domingos y feriados, cuya especialidad es la comida típica.

Es importante acotar que, las personas han emprendido en quioscos temporales para la comercialización de alimentos y bebidas, la mayoría de estos negocios



elaboran platillos con cerdo, como las típicas cascaritas, sancochos, fritadas. El servicio se brinda dos días a la semana.

De la misma manera, en el sector de Andacocha existen negocios de comida no permanentes que atienden únicamente los fines de semana.

2.3 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA ACTUAL

Dentro del Departamento de Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala, no existe un estudio sobre el perfil del turista, ni la demanda actual; razón por la cual, dentro de este trabajo de intervención, se ha considerado la aplicación de encuestas, para determinar y conocer las características principales de los turistas que actualmente visitan el cantón.

Por otro lado, se ha planteado un segundo modelo de encuesta, que permitirá identificar el perfil de la demanda potencial.

El perfil del turista potencial contribuirá directamente en la elaboración del portafolio de estrategias de difusión, mismo que se desarrollará en el siguiente capítulo.

2.3.1 Metodología para determinar el perfil del turista actual

El Ministerio de Turismo (2019) a través de su portal GEOVIT, registra como información oficial y actualizada, durante el año 2018, un total de 7`748.068 pernотaciones en la provincia del Azuay, presentando datos de los cantones Camilo Ponce Enríquez, Chordeleg, Cuenca, El Pan, Girón, Gualaceo, Nabón, Paute, Santa Isabel, Sevilla de Oro y Sígsig. Cabe mencionar que el portal no presenta información del cantón Guachapala.

El departamento de Relaciones Públicas, Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala no contabiliza la cifra de turistas que visitan el cantón, y el único hotel que existe, no registra el número de pernотaciones.

La Coordinación Zonal 6 del Ministerio del Turismo, no registra datos de los turistas que visitaron la provincia del Azuay durante los años anteriores, únicamente dispone de información de los visitantes que acudieron a las oficinas de Información Turística ITur durante el año 2019 y el feriado que se llevó a cabo los primeros días del 2020.



Tomando como base a Wunsch (1986) quien afirma que las predicciones sobre una población de tamaño infinito se pueden hacer con un tamaño de muestra de 384 encuestados, dentro de un rango de prescripción de un 95%, y con un factor de probabilidad del 5%; y, debido a que, en el presente estudio no se conoce el tamaño de la población a encuestar, se estableció la muestra con base en este cálculo.

Por lo tanto, del total de las 384 encuestas calculadas, se consideró que 128 encuestas ayudarán a determinar el perfil del turista actual y la diferencia de 256 encuestas, aportará para determinar el perfil de la demanda potencial. Se consideró la relación 1:2 debido a que, el plan de marketing está enfocado especialmente en atraer a más turistas, donde es necesario conocer las necesidades de este grupo, sin descuidar la percepción de los turistas que ya han visitado el cantón Guachapala.

Las preguntas formuladas en las encuestas fueron elaboradas con base en las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo (2008) emitidas por la Organización Mundial de Turismo.

Las encuestas se aplicaron de acuerdo al siguiente cronograma:

Tabla 10

Cronograma de aplicación de encuestas para la aplicación de encuestas para la demanda actual

FECHA	NÚMERO DE ENCUESTAS
18-01-2020	32 encuestas
19-01-2020	32 encuestas
25-01-2020	32 encuestas
26-01-2020	32 encuestas

Nota. Elaboración propia

2.3.2 Resultados

Las encuestas se ejecutaron los días sábado 18, domingo 19, sábado 25 y domingo 26 de enero de 2020, en sectores de gran afluencia de turistas como son la comunidad de Andacocha, donde se encuentra el santuario del Señor de los Milagros de Andacocha; el parque acuático y el centro cantonal. Es necesario recalcar que se aprovechó la concurrencia de personas, quienes visitaron el



cantón para disfrutar de los eventos desarrollados por los 25 años de cantonización.

Las encuestas se dividieron en dos partes, la primera parte consistió en obtener la información demográfica para conocer el género, edad, procedencia y su ocupación; y la segunda parte nos proporcionó la información turística como la motivación del viaje, los atractivos que han sido visitados, con quien o quienes realiza el turista el viaje, servicios utilizados, el nivel de gasto, medios de comunicación para recibir información y las características que tiene el destino.

Las preguntas se pueden visualizar en el anexo 13.

2.3.2.1 Información demográfica

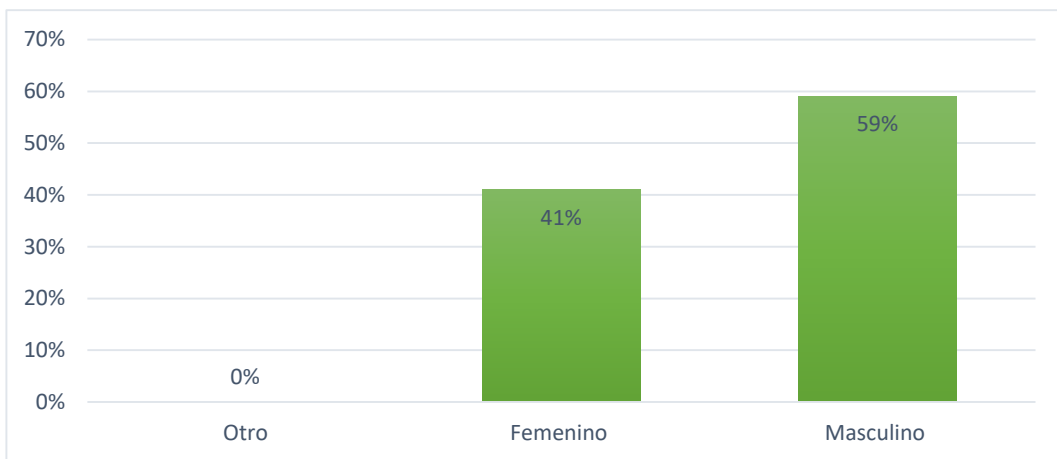


Figura 1. *Identidad de género del turista actual*

Nota. Elaboración propia

El 59% se identificó de sexo masculino y el 41% de sexo femenino. La estructura de la pregunta causó un poco de incomodidad entre los encuestados; sin embargo, se explicó que actualmente el tema de inclusión de género es importante y necesario considerarlo.

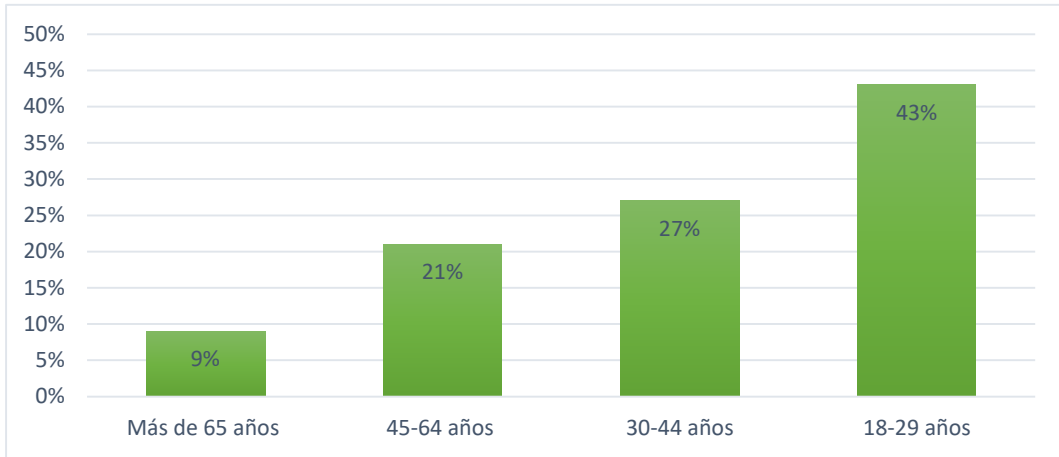


Figura 2. Rango de edad del turista actual

Nota. Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, se puede concluir que Guachapala es un destino para personas jóvenes, debido al porcentaje alto de visitantes con rango de edades entre los 18 y 29 años de edad; sin embargo, es un lugar enmarcado por la religiosidad, muy popular entre los adultos y adultos mayores. Sobre el porcentaje menor de este segmento de mercado es importante señalar que, al momento de aplicar las encuestas, las personas de la tercera edad mostraron un poco de molestia y muy pocos colaboraron.

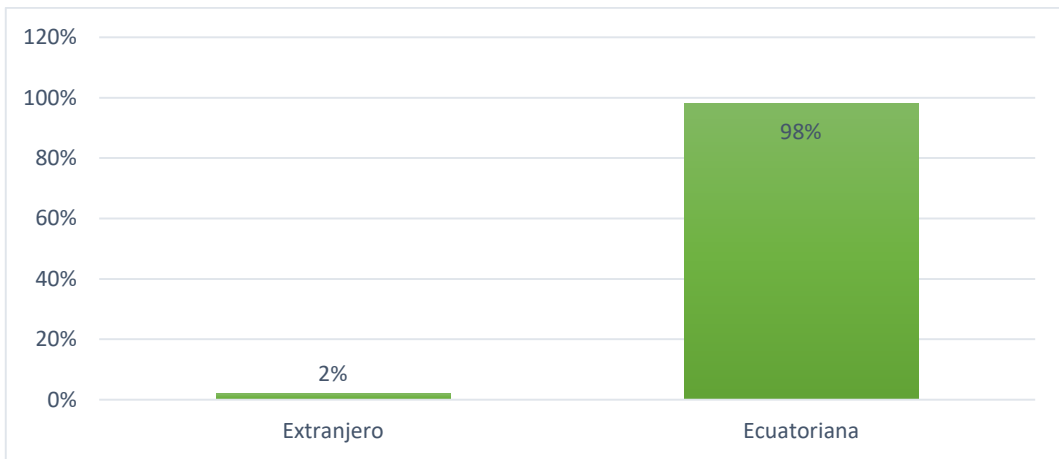


Figura 3. Nacionalidad del turista actual

Nota. Elaboración propia

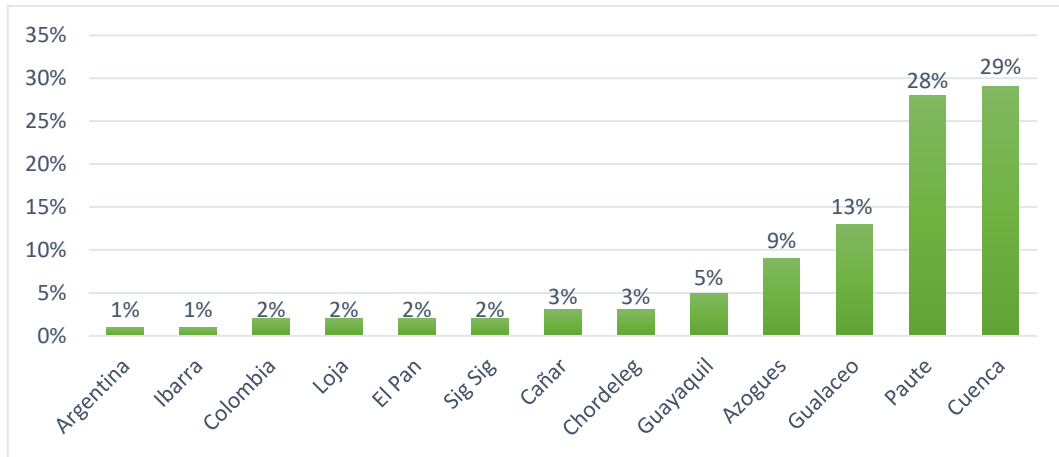


Figura 4. Ciudad de residencia del turista actual

Nota. Elaboración propia

Del 100% de los encuestados, el 98% es de nacionalidad ecuatoriana y tan sólo el 2% corresponde a turistas extranjeros (argentinos y colombianos).

De la población nacional, más del 75% de visitantes pertenecen a la provincia del Azuay, provenientes de cantones cercanos como: Cuenca, Gualaceo, Chordeleg, Paute, Sig Sig y El Pan, quienes aprovecharon la cercanía para poder visitar el destino.

Por otro lado, el 12% de los visitantes provienen de la provincia del Cañar y el porcentaje restante corresponde a turistas de ciudades como: Guayaquil, Loja e Ibarra.

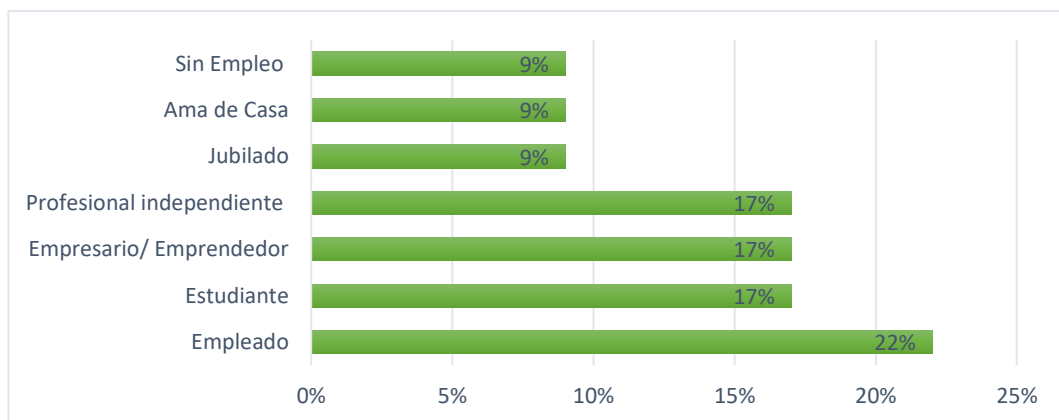


Figura 5. Ocupación del turista actual

Nota. Elaboración propia

El 22% del total de los encuestados corresponde a empleados bajo relación de dependencia, seguido de una mínima diferencia con relación a estudiantes,



empresarios o emprendedores y profesionales independientes y un menor porcentaje de visitantes jubilados, amas de casa y personas sin empleo.

Si se analiza la relación del rango de edad con mayor porcentaje entre los encuestados y la ocupación, se puede concluir que más del 50% de las personas que visitan el cantón se encuentran dentro de la población económicamente activa y cuentan con un trabajo ya sea independiente o bajo relación de dependencia.

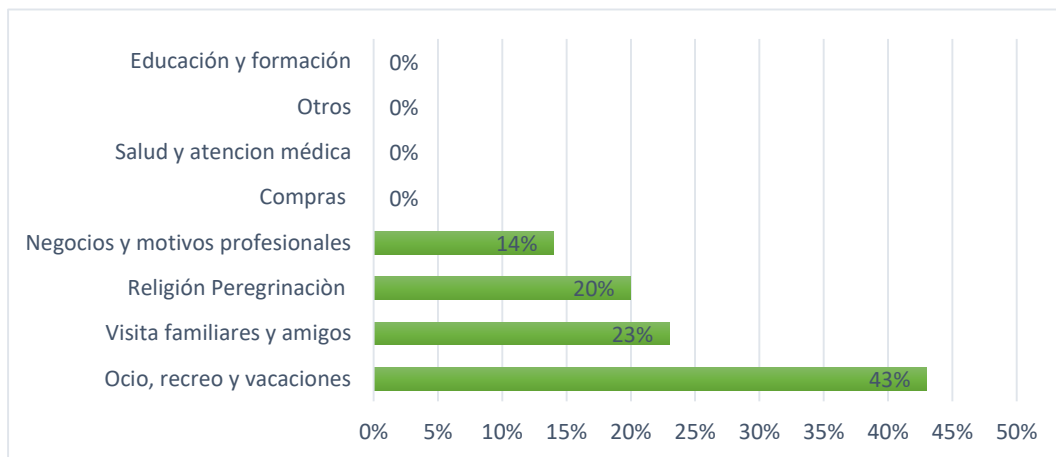


Figura 6. Principal motivación del turista actual para viajar

Nota. Elaboración propia

El 43% señaló como la principal motivación para viajar al ocio, recreo y vacaciones, con una diferencia de aproximadamente el 50% le sigue la visita a familiares y amigos; religión y peregrinación. Con un porcentaje bajo se presentan las personas que viajan por negocios y motivos profesionales.

Las personas cuya principal motivación es el ocio, recreo y vacaciones, aprovecharon el fin de semana y los eventos realizados por las festividades, para viajar en familia y disfrutar de un momento ameno.

A pesar de que Guachapala llama la atención en el ámbito religioso, los resultados muestran un porcentaje muy bajo de personas que visitan el cantón por dicha motivación. Las personas que expresaron que su motivo de viaje es la religión, es porque realizan esta actividad de manera continua, es decir, visitan el lugar cada cierto tiempo como acto de penitencia o agradecimiento por los milagros recibidos.

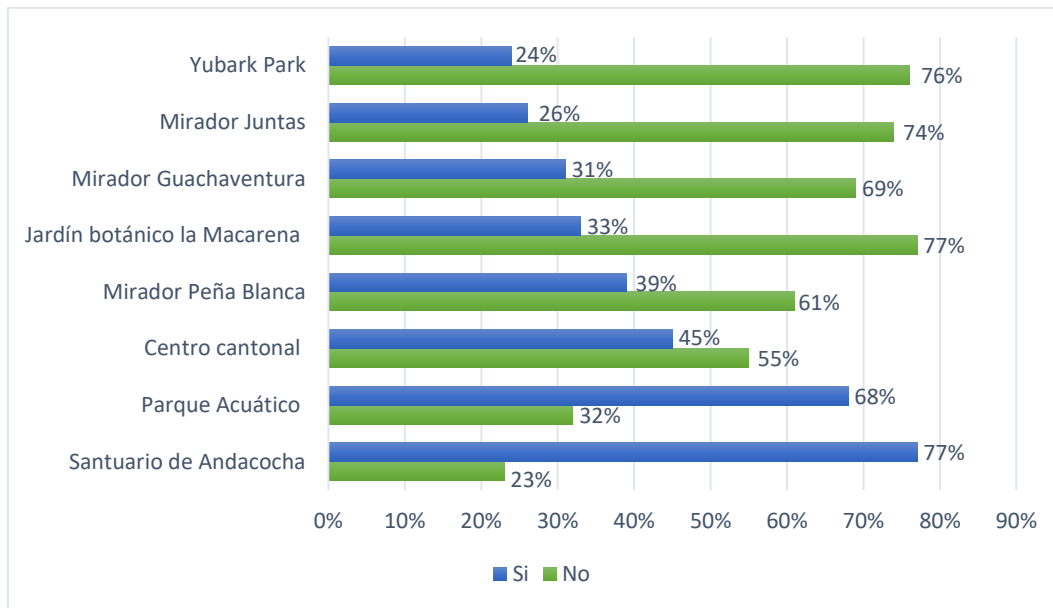


Figura 7. Atractivos visitados por el turista actual en el cantón Guachapala

Nota. Elaboración propia

Las personas encuestadas manifestaron que visitan más el Santuario de Andacocha y el parque acuático. Cuando los turistas visitan el cantón, por lo general acuden al santuario del Señor de Andacocha por la mañana y en la tarde ingresan al parque acuático, por lo cual, esta ruta se ha vuelto tradicional.

El centro cantonal también se ha convertido en un atractivo, donde sobresalen y llaman la atención las figuras representadas en los árboles, entre ellas el Escudo Nacional y figuras de animales.

Los Miradores Peña Blanca y las Juntas son atractivos públicos de libre acceso; sin embargo, no son muy visitados, por el poco conocimiento que se tiene de su existencia, sobre todo el Mirador las Juntas que se encuentra a 30 minutos del centro cantonal, en la comunidad Don Julio.

Los emprendimientos turísticos privados tales como: el Mirador Guachaventura, el Parque Extremo Yubar Park y el Jardín Botánico la Macarena, son menos conocidos entre las personas que visitan el cantón. Por parte de los encuestados surgió la inquietud por querer conocer estos atractivos, los turistas que visitan el cantón de manera constante, comentaron que buscan nuevas experiencias en el sector, puesto que, siempre se toma la ruta habitual y genera de cierta forma un grado de aburrimiento.

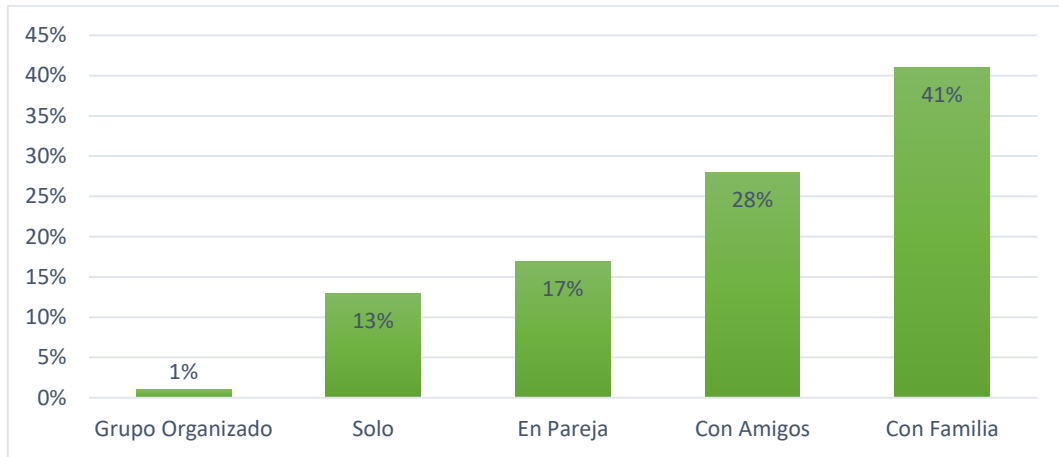


Figura 8. Organización del viaje del turista actual

Nota. Elaboración propia

Datos:

Sumatoria de los números de personas: 528 personas

Número de encuestados: 128 personas

Cálculo:

$$\frac{528}{128} = 4.5 \text{ personas}$$

Respuesta: Las personas viajan con 5 acompañantes.

Figura 9. Ecuación para determinar el número de acompañantes del turista actual

Nota. Elaboración propia

Los resultados muestran que la mayoría de las personas viajan con la familia y amigos, mientras que, un grupo pequeño ha decidido realizarlo solo o en parejas.

Por lo general, las personas que visitan el cantón lo hacen en grupos grandes. A los visitantes que colaboraron con las encuestas, se les solicitó que indiquen cuántas personas los acompañan y analizando los datos, se concluyó que el promedio es de 5 personas.

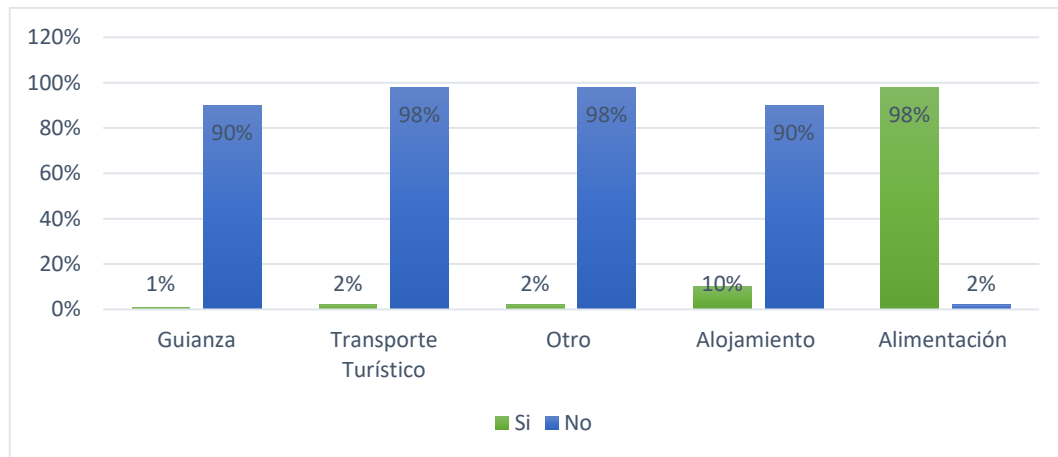


Figura 10. Servicios utilizados por el turista actual en su visita al destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

Dentro de los servicios turísticos ofertados dentro del cantón, el servicio de alimentación es el más utilizado con el 98%, con motivo de que los turistas que visitan Guachapala lo hacen durante el día, sin la intención de pernoctar.

Mientras que el 10% sí pernoctaron en el cantón, por una razón principal que fue disfrutar de las festividades por los 25 años de Cantonización que se llevaron a cabo desde el 18 hasta el 31 de enero de 2020.

Con respecto al servicio de transporte turístico, las personas no hacen uso del mismo, consideran que es más económico viajar en transporte público (bus, taxi o camioneta de transporte mixto) y en vehículos particulares.

De la misma manera manifestaron que no han utilizado el servicio de guianza, ya que, en el cantón, por su extensión, se puede transitar sin dificultad ubicando fácilmente los atractivos. El 2% que ha utilizado este servicio, lo ha hecho en su visita al Parque Extremo Yubar Park, ubicado en la comunidad de Parig.

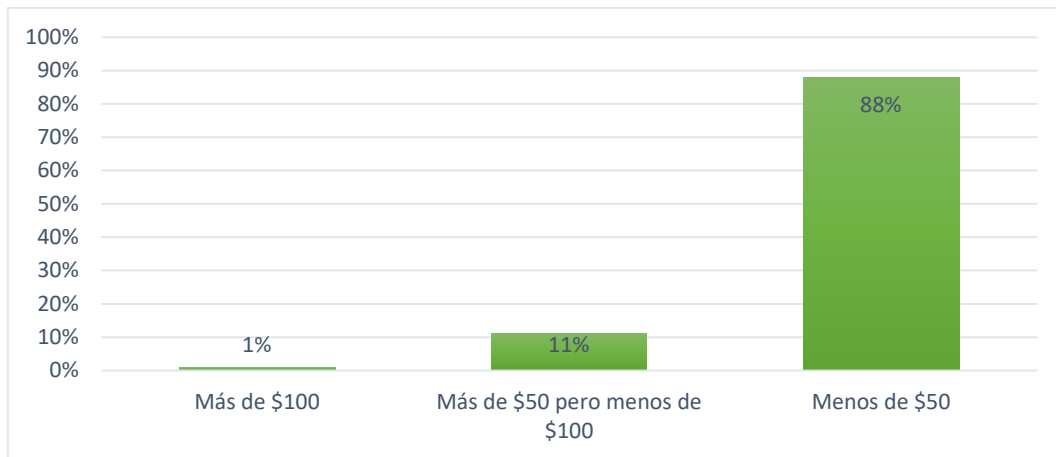


Figura 11. Monto invertido por el turista actual durante su estadía en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

El 88% expresó que el gasto generado durante su visita no fue mayor a 50 dólares, porque los costos de los servicios son muy accesibles.

Las personas que forman parte del 12%, son aquellos visitantes que decidieron pernoctar dentro del cantón.

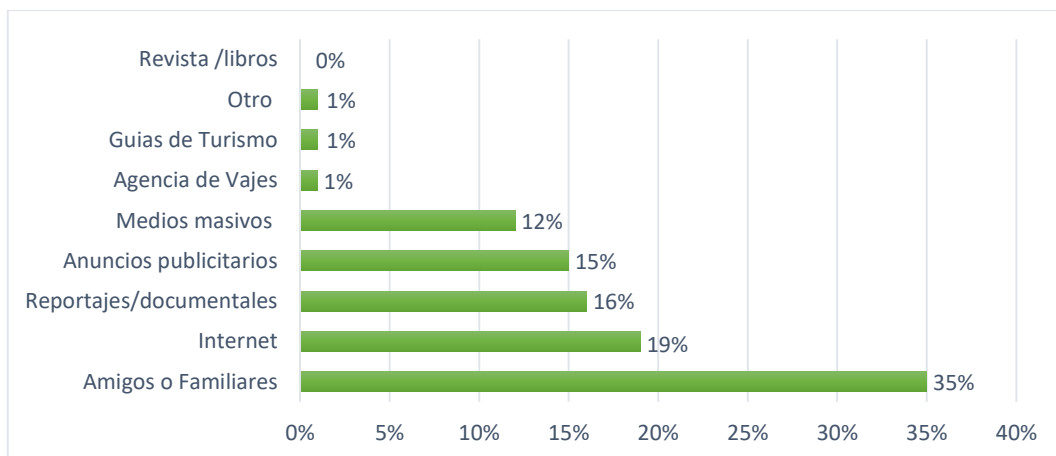


Figura 12. Medio utilizado por el turista actual para recibir información sobre el destino Guachapala

Nota: Elaboración propia

El mayor porcentaje corresponde a las referencias de amigos o familiares, como medio de información del lugar, se evidencia la importancia del marketing boca a boca; seguido del internet, las personas prefieren usar las plataformas de comunicación digital porque son más prácticas y se encuentra información más completa a través de las páginas oficiales, se pueden observar comentarios de percepción del destino y de los servicios turísticos.



Con porcentajes mejores se presentan los reportajes, documentales y anuncios publicitarios; y, menos utilizados los medios masivos.

2.3.2.2 Características del destino

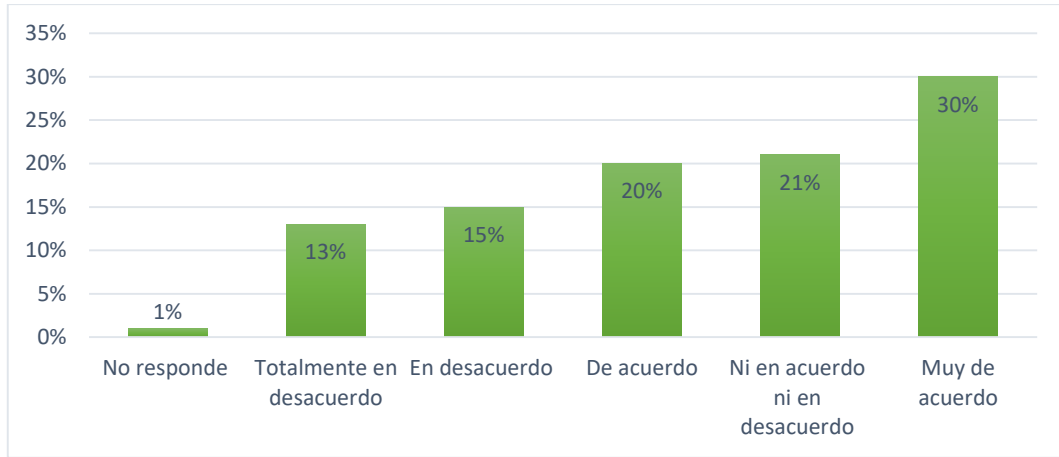


Figura 13. Promoción adecuada del cantón Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

Con respecto a la publicidad turística, el 30% estuvo muy de acuerdo, destacaron que mediante redes sociales han existido spots publicitarios, donde se resalta más el parque acuático.

El 21% no se encontró ni de acuerdo ni en desacuerdo, comentaron que sí existe publicidad, pero consideran necesario que debe existir una promoción íntegra de todos los atractivos.

Los turistas que están en total desacuerdo, manifestaron que aún falta intervenir en el tema de publicidad, muchos desconocían sobre los múltiples eventos que estaban llevándose a cabo por la celebración de los 25 años de cantonización.

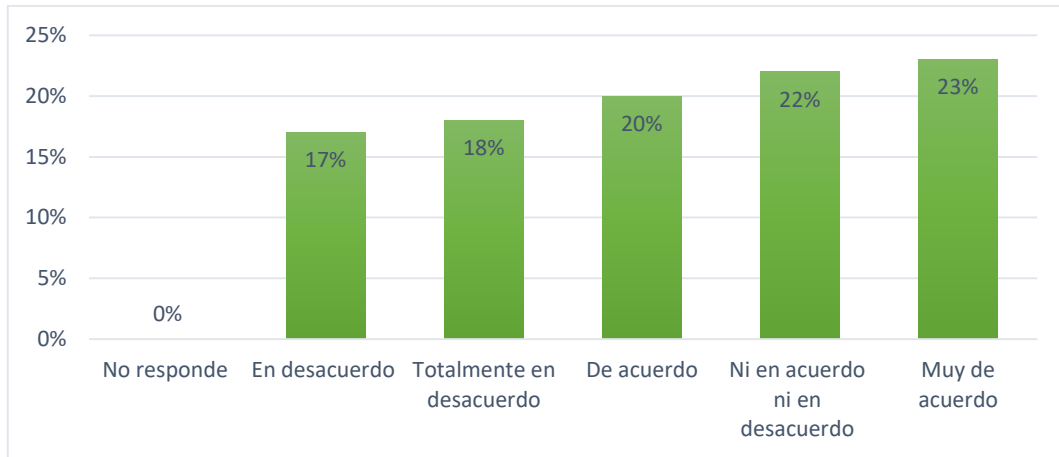


Figura 14. Disponibilidad de información del cantón Guachapala para planificar el viaje del turista actual

Nota. Elaboración propia

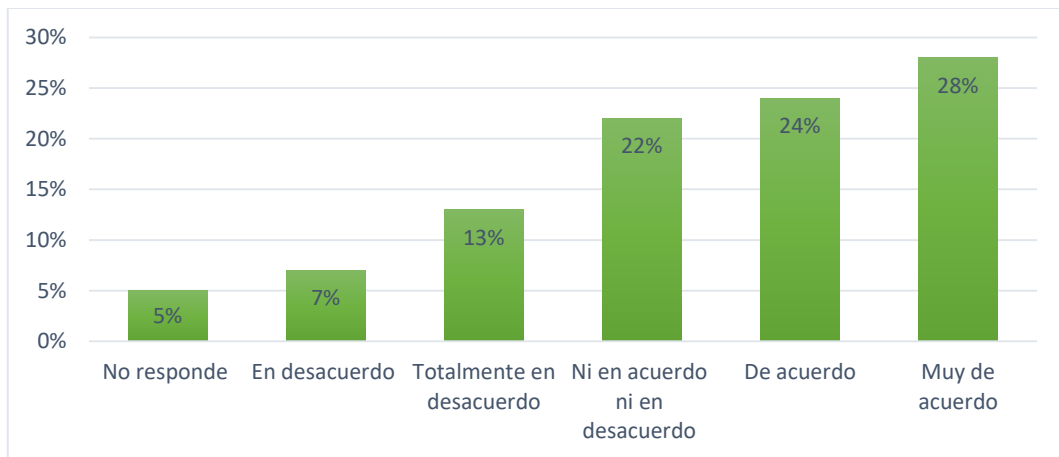


Figura 15. Información útil y veraz del destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

Con respecto a las figuras 14 y 15, los visitantes expresaron que la información previa al viaje, la obtenían a través de los comentarios y recomendaciones de los familiares y amigos que han visitado el cantón en días anteriores, razón por la cual los resultados se muestran muy pares.

A pesar de no existir mucha información disponible en el internet, el mayor porcentaje de encuestados está muy de acuerdo que lo publicado es útil y verdadero, al igual que la información brindada por los familiares y amigos.

Los turistas resaltaron la importancia de difundir información básica a través de páginas oficiales del GAD como, por ejemplo: distancias entre un atractivo y otro,



contactos de prestadores de servicios, estado de la red vial, novedades o noticias destacadas del cantón, por mencionarse algunos.

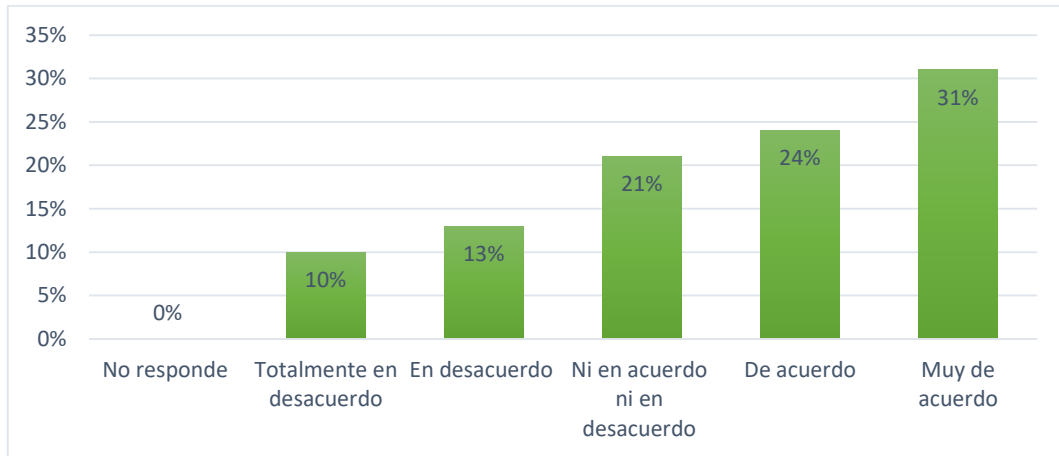


Figura 16. Variedad de actividades turísticas en el destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

La mayoría de las personas estuvieron muy de acuerdo con la variedad de actividades turísticas, destacaron la cercanía de ciertos atractivos; por otra parte, exhibieron su punto de vista y recomendaron aprovechar espacios que son ideales para la práctica de deportes extremos, también el rescate total del Camino del Peregrino (camino de herradura), por el que antiguamente se accedía a la comunidad de Andacochoa.

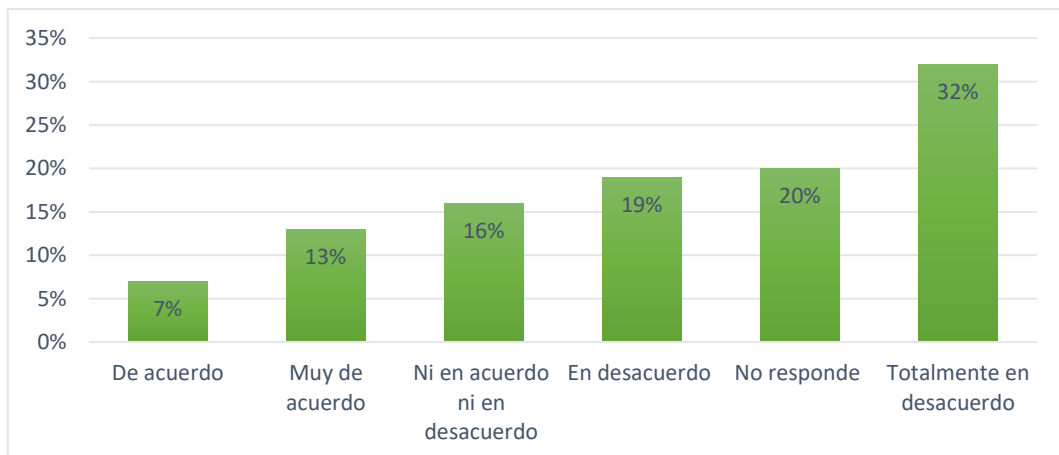


Figura 17. Diversidad de opciones de alojamiento en el destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

Con respecto a esta pregunta, llama mucho la atención el porcentaje de las personas que no respondieron. La razón principal fue que las personas que



visitan Guachapala lo hacen sin ánimo de pernoctar, en vista de que su lugar de residencia es muy cercano.

Por otro lado, el alto porcentaje de personas que expresaron su total desacuerdo, indicaron que en el cantón solo hay un hotel y en épocas de festividad éste se llena, cabe recalcar que no existe un abuso en los precios, es decir el costo del servicio se mantiene, independientemente de la temporada.

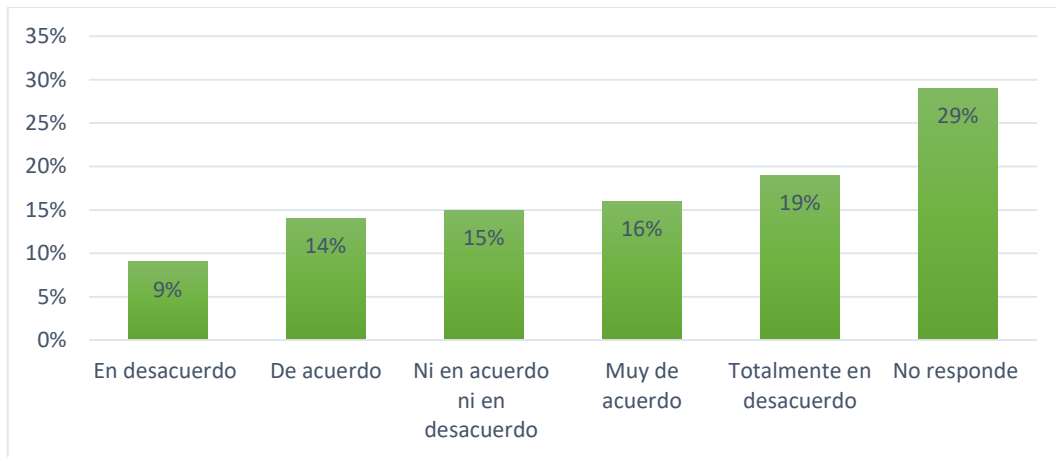


Figura 18. Limpieza y confort en el servicio de alojamiento para el turista actual

Nota. Elaboración propia

Al igual que en la figura anterior, el 29% optó por no responder, debido a que no han utilizado este servicio, de esta manera evitaron dar información falsa.

Es necesario mencionar que las personas que han hecho uso del servicio de alojamiento, mostraron total satisfacción con respecto a la limpieza y el confort que ofrece el establecimiento.

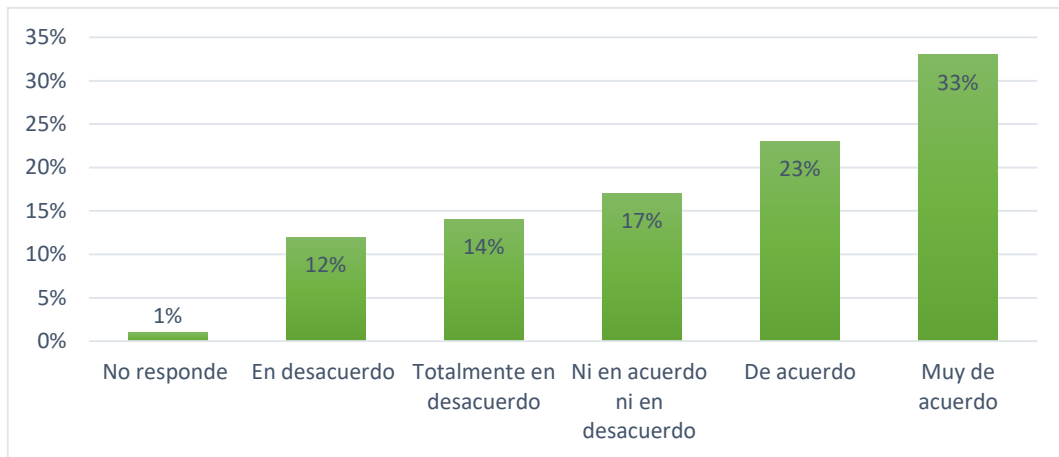


Figura 19. Diversidad de opciones de alimentación en el destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

El mayor porcentaje de visitantes estuvo muy de acuerdo con la diversidad de ofertas del servicio de alimentación; sin embargo, sugirieron que es necesario estandarizar los precios, tanto en la comunidad de Andacocha y en los exteriores del parque acuático para evitar su especulación. A pesar de aquello, es preciso señalar que la cultura y tradición ecuatorianas se mantienen en ciertos grupos, debido a que, aún existen personas que continúan llevando su fiambre, para evitar el gasto en alimentos y aprovechan la oportunidad para disfrutar de un buen banquete en familia.

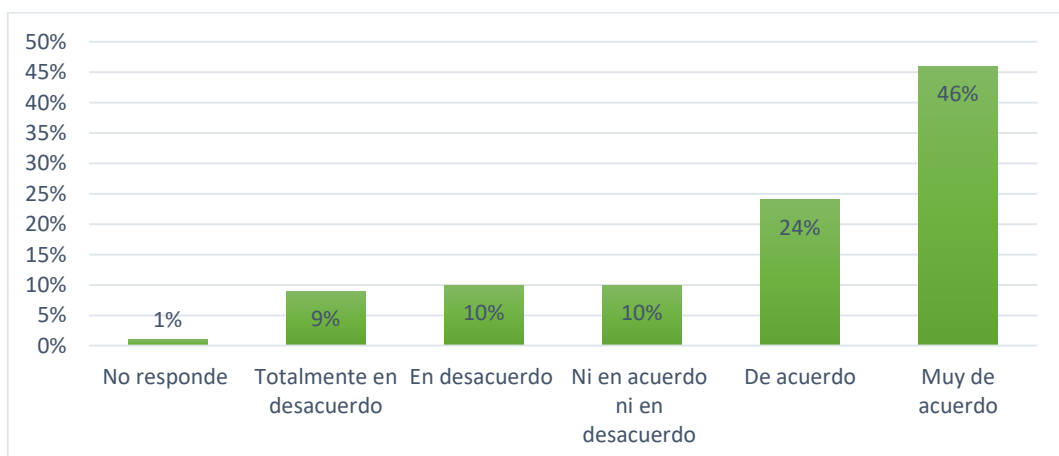


Figura 20. Accesibilidad adecuada en el destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

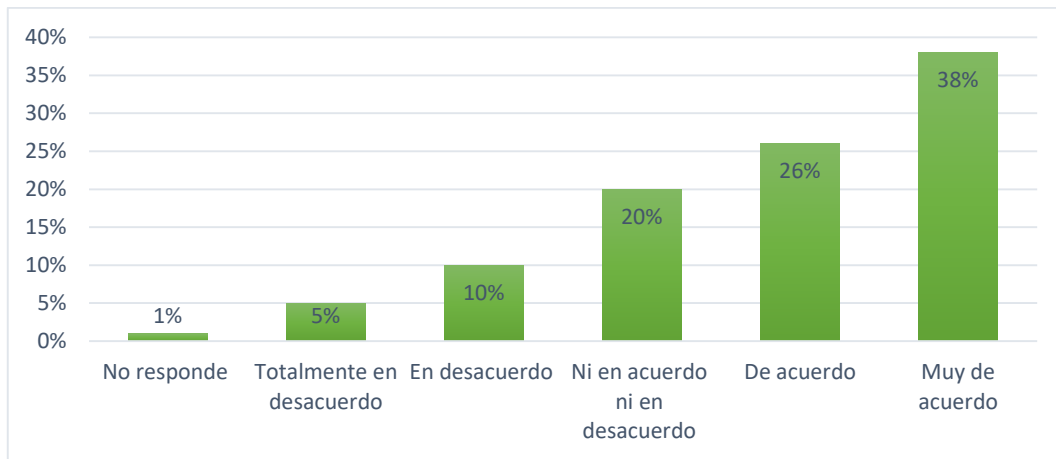


Figura 21. Señalización adecuada en el destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con las figuras 20 y 21, un gran número de personas manifestaron que acceder al cantón es muy fácil y que la señalización existente es muy buena, porque ayuda a que los turistas no se pierdan; sin embargo, las personas que manifestaron estar en desacuerdo y en total desacuerdo, sugirieron que debería haber señalética de las actividades que están permitidas y prohibidas de realizar. Solo el parque acuático cuenta con esta característica.

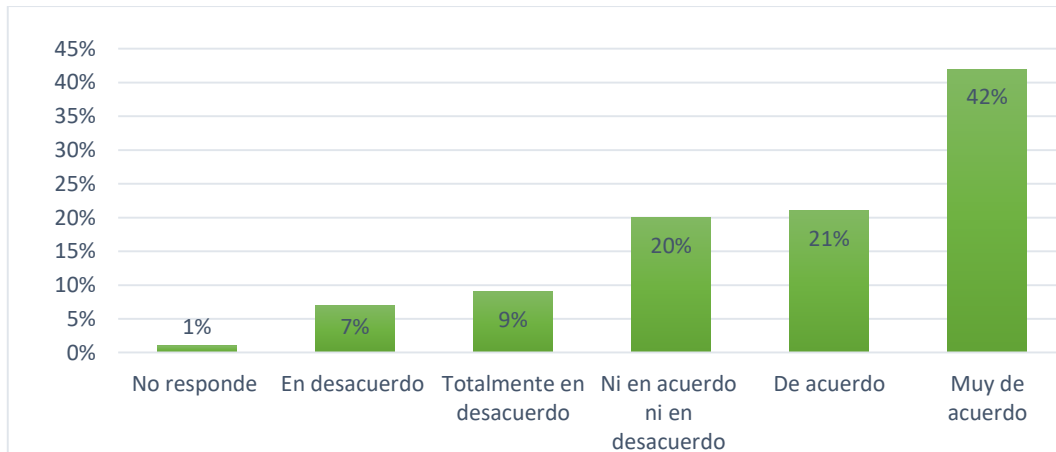


Figura 22. Seguridad adecuada en el destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboracion propia

El 42% coincidió que dentro del cantón la seguridad es muy buena; así mismo, se destacó la honradez de sus habitantes; sin embargo, notaron la presencia de policías únicamente en lugares de gran concurrencia o donde se estaban llevando a cabo eventos; por lo cual, sugirieron que, a pesar de ser un lugar

seguro, es necesario el resguardo de los uniformados en zonas donde hay afluencia de turistas como es el Santuario de Andacocha.

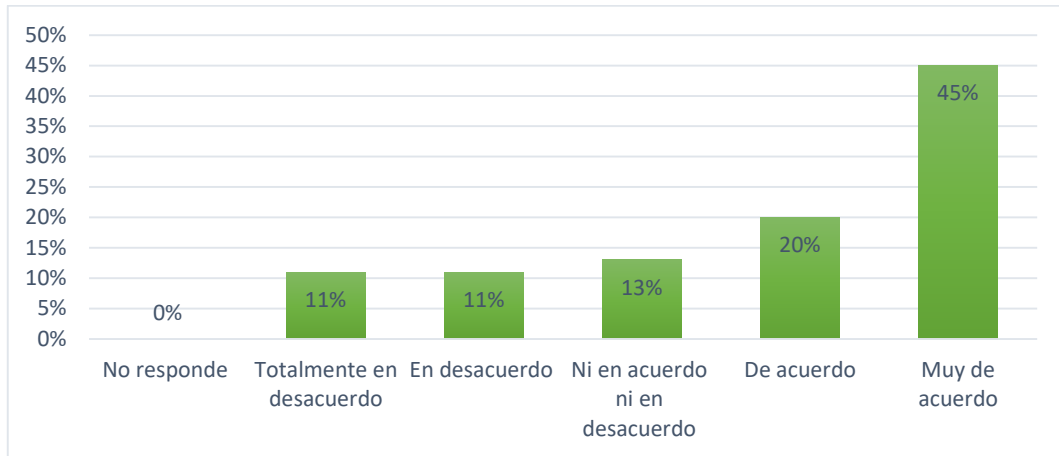


Figura 23. Limpieza del destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

Los turistas encuestados en su mayoría comentaron que, durante su estadía en el cantón, se mostraron limpias sus calles, áreas verdes, así como los espacios de mayor concurrencia; sin embargo, acotaron que de parte de las autoridades se debe gestionar la adquisición y adecuada ubicación de contenedores para la recolección de desechos y así evitar que la gente arroje basura a las calles.

El manejo de desechos y recolección de basura es responsabilidad del GAD del cantón Guachapala.

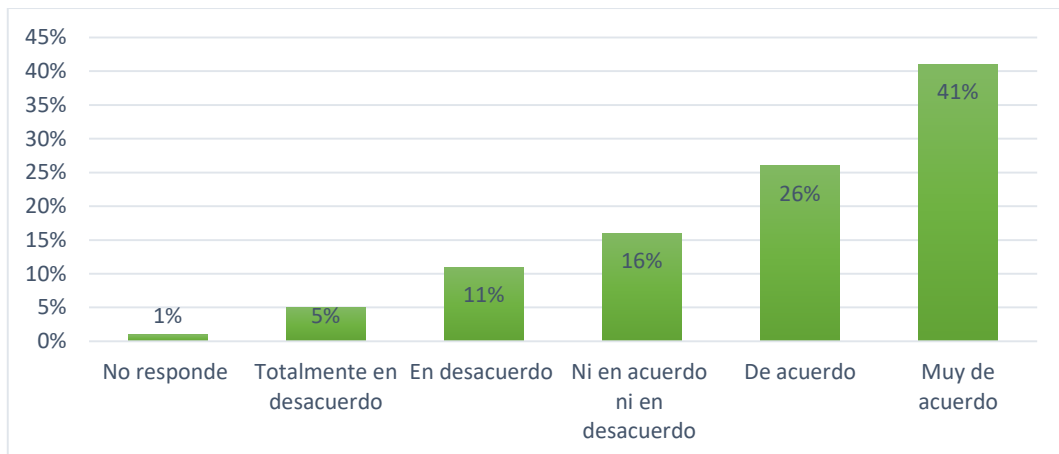


Figura 24. Atención de calidad para el turista actual en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

Una gran parte de turistas manifestaron estar satisfechos con la atención recibida por parte de los prestadores de servicios, resaltaron la amabilidad y el respeto con los que fueron tratados, de la misma manera recomendaron que debe existir una capacitación constante para lograr un excelente servicio.

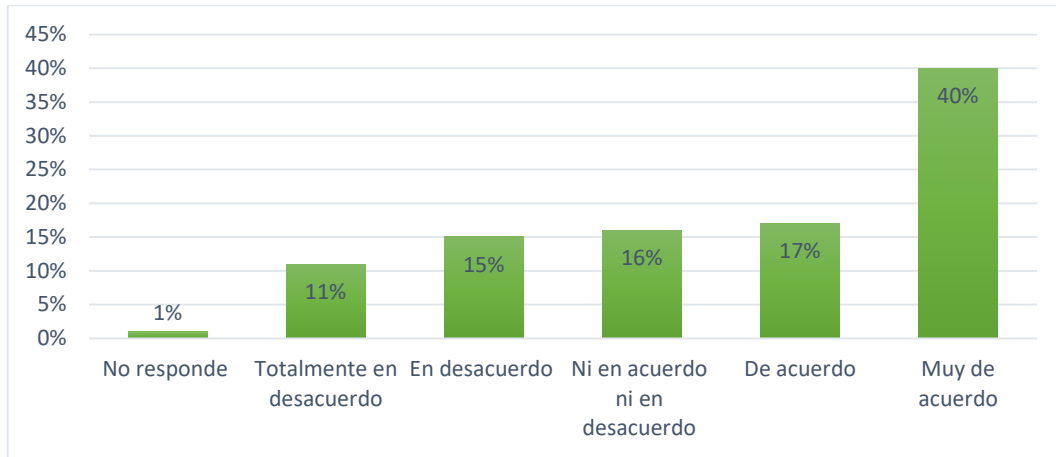


Figura 25. Atracción de las instalaciones

Nota. Elaboración propia

La pregunta fue realizada de manera general, con base en la experiencia de los turistas y los lugares visitados. Se evidencia un gran porcentaje de respuestas positivas, debido a que la mayoría de personas concluyó que las instalaciones de todos los atractivos son muy llamativas y bien conservadas.

Una de las recomendaciones principales se recibió en las instalaciones del parque acuático, los visitantes consideraron importante que se debe cambiar la pintura para que el lugar no pierda su esencia y atractivo.

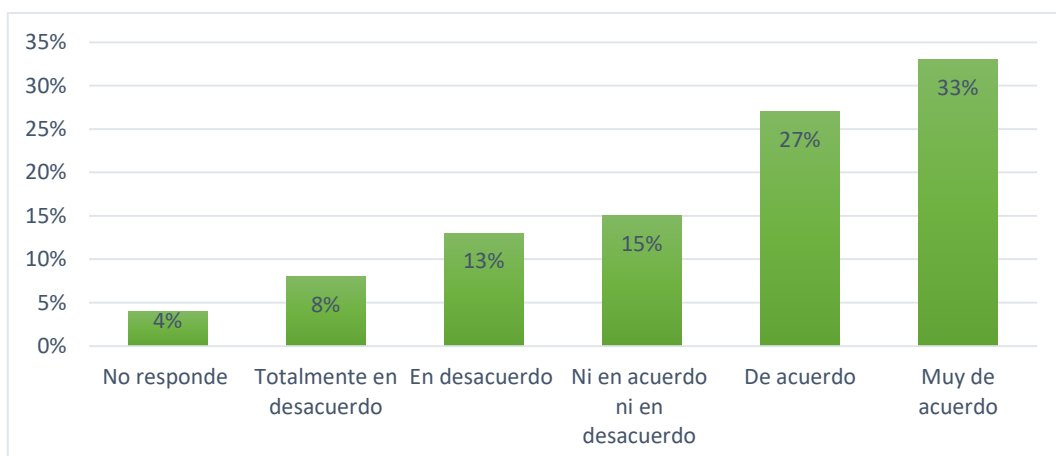


Figura 26. Apariencia adecuada del personal de atención

Nota. Elaboración propia

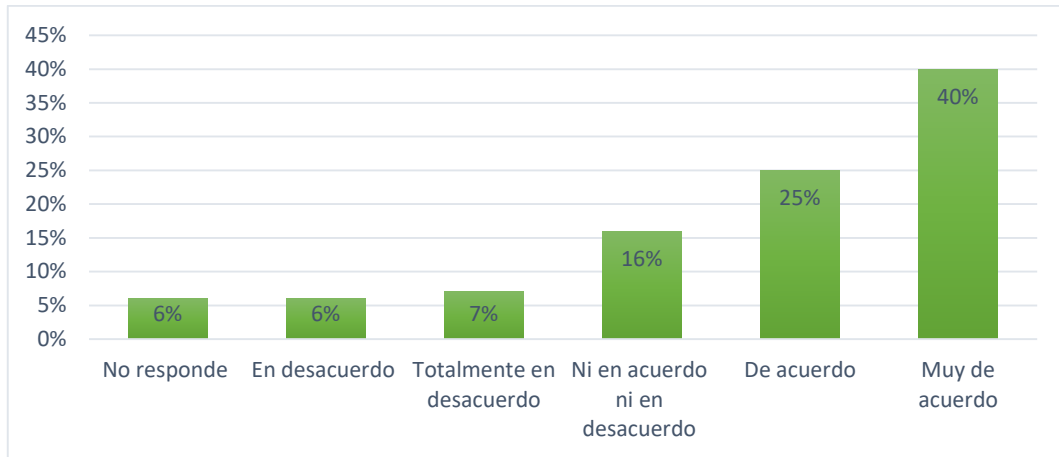


Figura 27. Confianza transmitida por el personal de atención

Nota. Elaboración propia

Los resultados muestran un alto porcentaje de personas satisfechas con la apariencia del personal que les atendió en los diferentes servicios utilizados. Algunos mencionaron que, en el servicio de alimentación, en especial en el patio de comidas municipal, se facilita la identificación de los vendedores, ya que todos utilizan uniforme.

De igual manera, manifestaron que el personal que los atendió, todo el tiempo les brindó confianza.

Al interior del parque acuático, es muy difícil identificar a las personas encargadas de velar por el bienestar de los bañistas; por esta razón, sugirieron que se debería utilizar un uniforme o un distintivo que ayude a la inmediata identificación y comunicación en caso de emergencia.

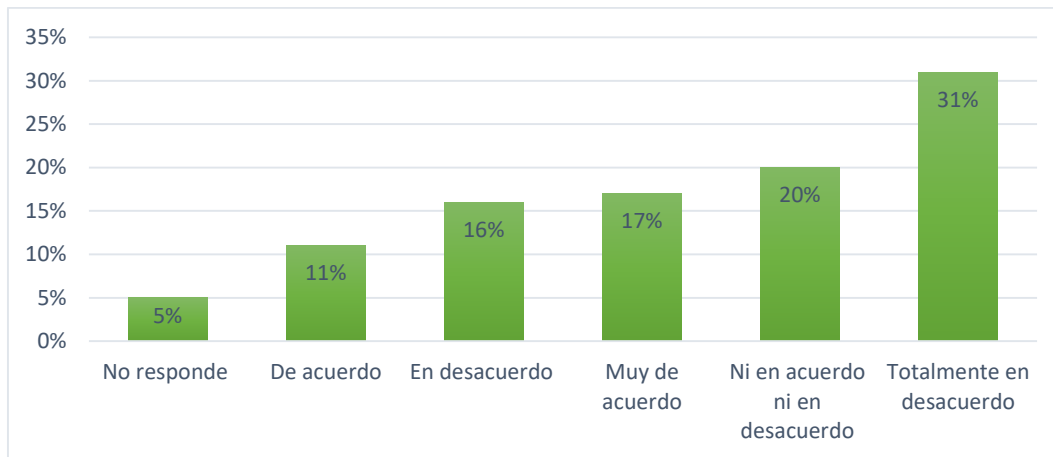


Figura 28. Atracción de la folletería del destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

El 31% manifestó su total desacuerdo, porque no habían encontrado folletos que brinden información general sobre los atractivos o actividades que se pueden desarrollar.

Es conveniente destacar que los turistas que no respondieron, comentaron que no están de acuerdo con el uso de folletos, debido al desperdicio de papel que se produce y a la contaminación que se genera. Recomendaron utilizar las plataformas digitales, por su avance tecnológico y la rapidez con la cual se puede emitir y recibir la información.

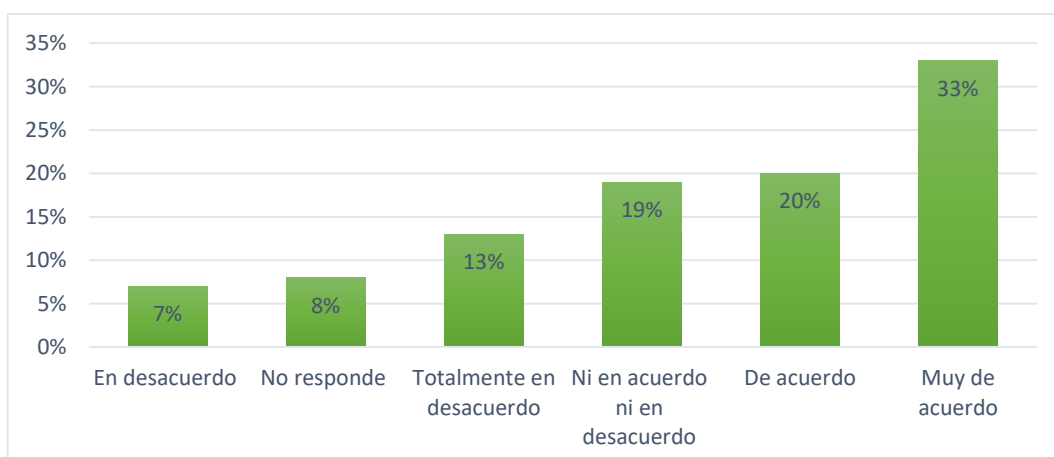


Figura 29. Cumplimiento de condiciones en servicios contratados por el turista actual

Nota. Elaboración propia

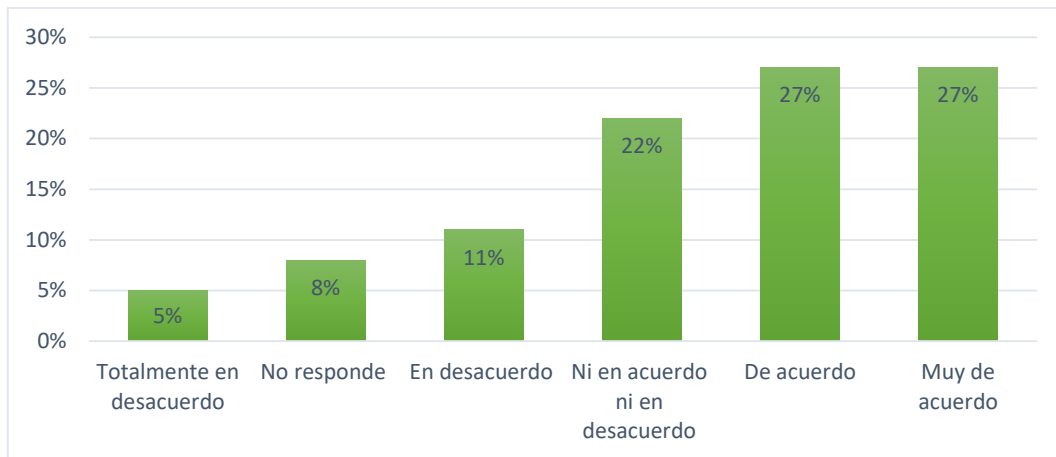


Figura 30. Agilidad en el servicio solicitado por el turista actual

Nota. Elaboración propia

Según los resultados de las figuras 29 y 30, se concluyó que los diferentes servicios ofertados en el cantón, fueron brindados de manera ágil y en las condiciones pactadas.

Algunos mostraron su molestia, con motivo de que había mucha gente buscando ingresar al parque acuático, y estaban conscientes de que los empleados del lugar hacían un enorme esfuerzo por brindar el servicio de manera rápida y oportuna.

Mientras se aplicaron las encuestas, una pequeña cantidad de personas prefirió no responder, la razón principal fue el no haber consumido servicios turísticos, debido a que, visitaban familiares o amigos y no veían la necesidad de hacerlo.

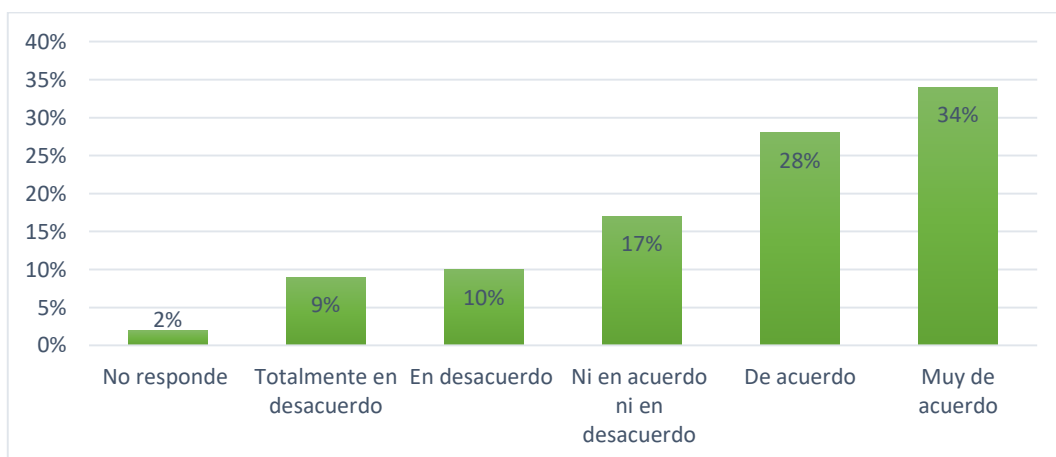


Figura 31. Conservación de atractivos naturales

Norma. Elaboración propia



El cantón Guachapala, a pesar de contar con pocos atractivos relacionados directamente con naturaleza, aún conserva espacios naturales, con un grado de alteración relativamente bajo. Esta característica llama la atención de los visitantes.

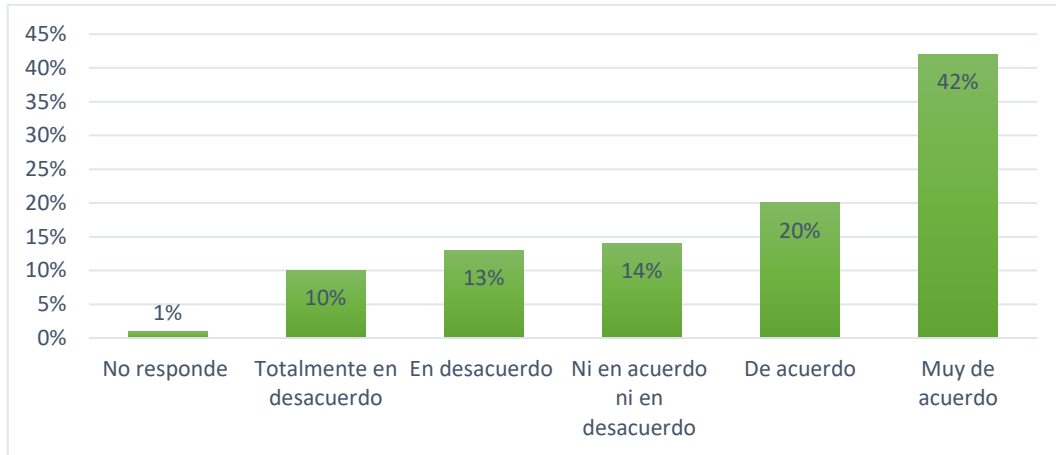


Figura 32. Hospitalidad de la comunidad local

Nota. Elaboración propia

Para un desarrollo turístico pleno, la participación de la comunidad local es esencial, razón por la cual, dentro de la encuesta, se evidenció la percepción positiva de los turistas sobre la hospitalidad de los actores locales. Como se presenta en la figura, los turistas mostraron un alto grado de satisfacción, expresaron que los habitantes son muy amables y están dispuestos a colaborar.

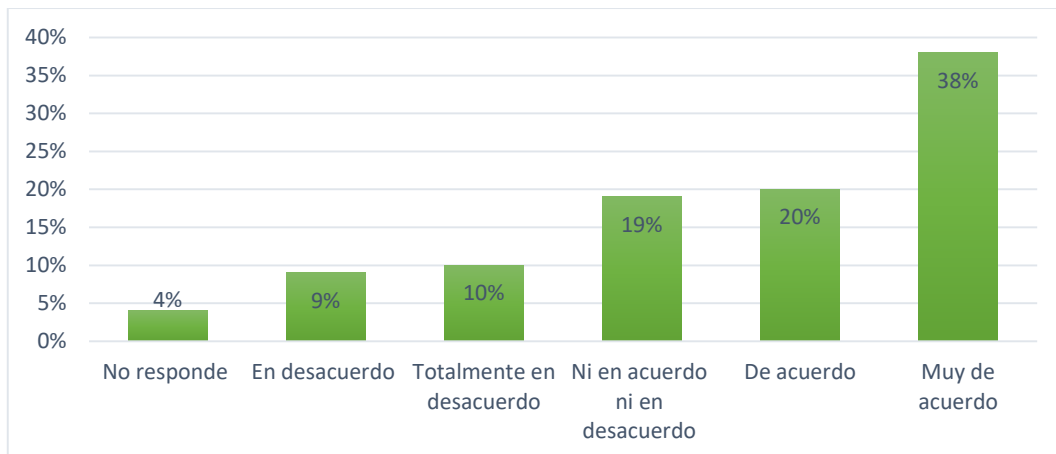


Figura 33. Precio adecuado pagado por el turista actual por la experiencia en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia



El 58% no tuvo inconveniente con el precio pagado por los diferentes servicios recibidos, calificaron al cantón como un destino muy asequible; así mismo, consideraron que el parque acuático tiene costos bajos, con relación a otros lugares con características y servicios similares.

El precio es considerado alto o excesivo cuando los grupos de familiares y/o amigos, son numerosos.

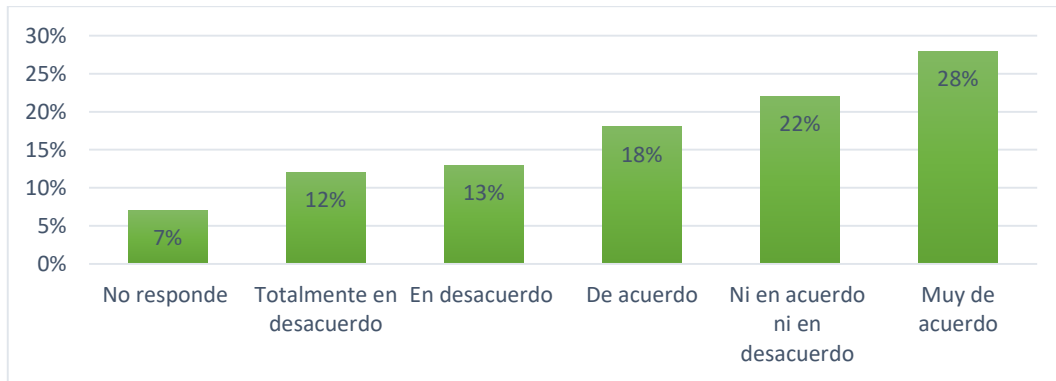


Figura 34. Disponibilidad de servicios y equipamiento de salud en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

Los resultados reflejan una respuesta positiva del 28%, refiriéndose a la disponibilidad de equipamiento de salud; no obstante, indicaron que el Subcentro de Salud presta atención básica en las áreas de medicina general y odontología.

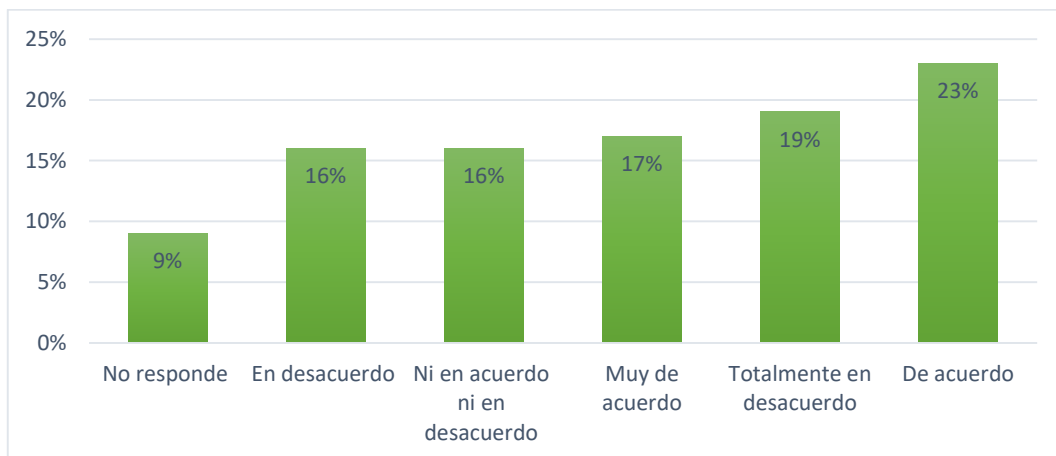


Figura 35. Existencia de protocolos de emergencia en el destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

El mayor porcentaje de personas manifestó que no han evidenciado protocolos o señalética de emergencia, zonas seguras o vías de evacuación en caso de

alguna catástrofe; y señalaron al parque acuático, como el único lugar que cuenta con estas características, por lo que, recomendaron la implementación de rótulos y señalética adecuada, en la mayoría de atractivos.

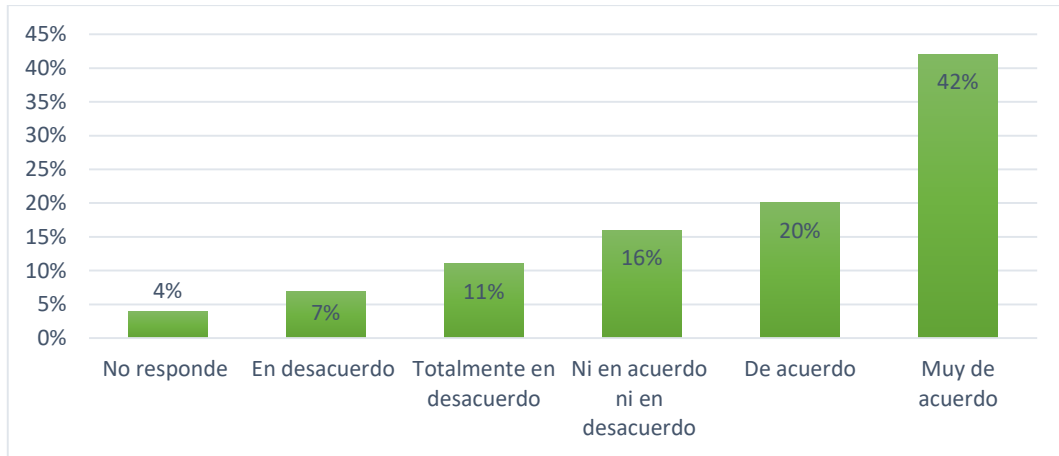


Figura 36. Reconocimiento del destino Guachapala para el turista actual

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con el criterio de las personas que colaboraron con la encuesta, expresaron que las referencias recibidas por familiares y amigos han sido muy buenas, otorgándole fama y reputación al cantón.

Por otro lado, los visitantes cuya opinión fue contraria, comentaron que al atractivo le falta desarrollar el tema de publicidad sobre todo digital, para que más turistas puedan conocer los diferentes atractivos que ofrece el cantón.

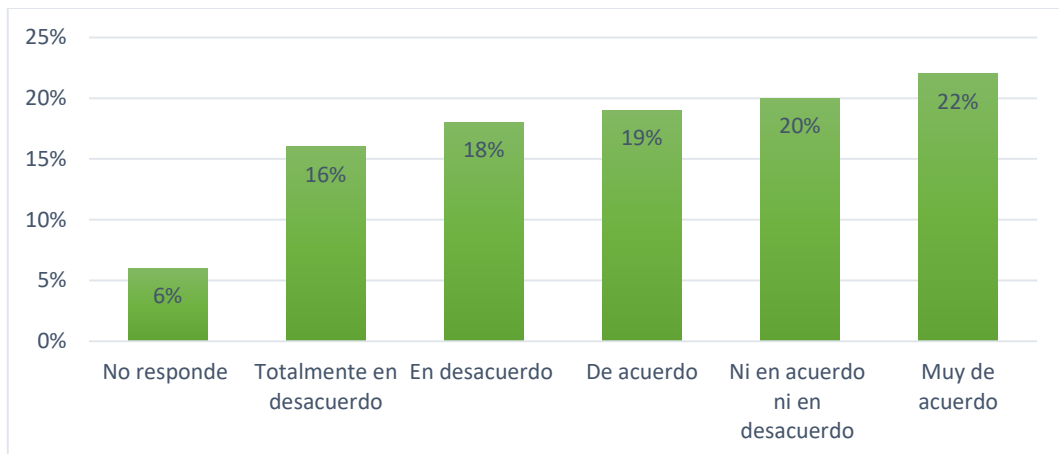


Figura 37. Existencia de facilidades para personas con discapacidad

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados proyectados en la figura, la diferencia entre las personas que están muy de acuerdo y en total desacuerdo no es muy amplia,



esto se debe a que, según su explicación, acceder a ciertos atractivos resulta difícil para personas que presentan alguna discapacidad física, por lo cual, los turistas recomendaron la implementación de rampas para facilitar su acceso.

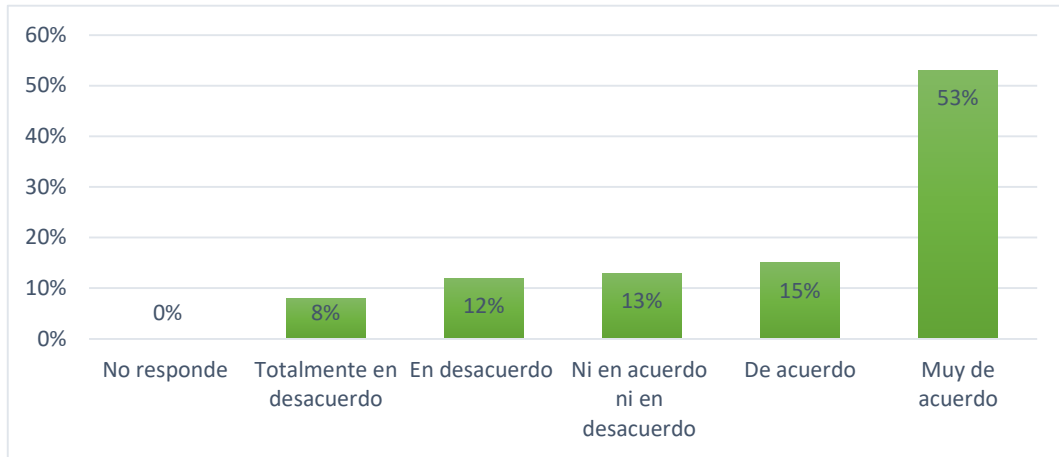


Figura 38. Recomendación del destino Guachapala a familiares y amigos según el turista actual
Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la figura, el mayor porcentaje corresponde a visitantes, quienes comentaron haber tenido una buena experiencia en su visita al cantón, razón por la cual recomendarían a sus familiares y amigos que visiten Guachapala.

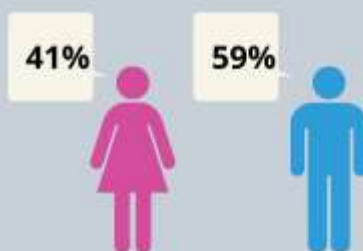
2.3.3 Infografía

Mediante una infografía, se reflejan los resultados del perfil de turista actual que visita en cantón Guachapala, de manera condensada, con la finalidad de facilitar la interpretación del mismo.

Perfil del turista actual que visita el cantón Guachapala

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Género



Edad



Rango de edad:
18-29 Años

Procedencia



La mayoría de los visitantes provienen de cantones de las provincias del Azuay y Cañar

Ocupación



Empleado 22%
Estudiante 17%
Empresario/ emprendedor 17%
Profesional independiente 17%

Ilustración 1. Infografía del perfil del turista actual: información demográfica

Nota. Elaboración propia

Perfil del turista actual que visita el cantón Guachapala

INFORMACIÓN TURÍSTICA

Motivación



Visita a familiares y amigos

Atractivos más visitados



Santuario de Andacocha



Parque Acuático

Viaja con:

Familiares



Promedio: Grupos de 5 personas

Servicio que más utilizan



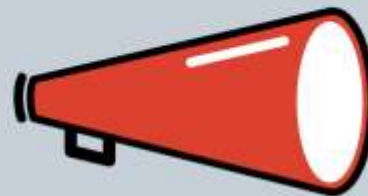
Alimentación

Gasto diario



Menos de \$50 dólares

Medios de información



A través familiares y amigos

Ilustración 2. Perfil del turista actual: información turística

Nota. Elaboración propia

2.4 ANÁLISIS y DETERMINACIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA POTENCIAL.

Según Bullón (2006) la demanda potencial es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor (un centro o un conjunto de centros turísticos), y también los incrementos



adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura (la que se origina en las plazas de mercado emisor tradicionales), como consecuencia del mejoramiento de los servicios, de la capacidad de alojamiento o por el efecto de los sistemas de publicidad, que para corregir una oferta sub aprovechada, apuntan a nuevos segmentos de mercado en esas mismas plazas.

El análisis de la demanda o mercado potencial, está enfocado en los turistas que muestran un suficiente grado de interés para visitar el cantón Guachapala; y, a partir de la interpretación de resultados, se establecerá el portafolio de difusión planteado en el Capítulo 3.

El cuestionario utilizado para determinar el perfil del turista potencial, es similar al que fue aplicado para determinar el perfil de turista actual, debido a que el objetivo final es establecer diferencias o semejanzas entre ambos perfiles, y así conocer las preferencias y necesidades de los turistas.

2.4.1 Metodología para determinar el perfil de demanda potencial

Luego del análisis de los resultados de las encuestas aplicadas para conocer el perfil del turista actual, se determinó la procedencia de los visitantes, que en su mayoría provienen de la provincia del Azuay, de cantones como Paute, Gualaceo, Cuenca, Chordeleg, El Pan y Sig Sig; y de la provincia del Cañar, de los cantones Azogues y Cañar. A partir de estos resultados, se establecieron los lugares donde se aplicarían las nuevas encuestas.

En la provincia del Azuay, se realizaron las encuestas en los cantones Santa Isabel, Girón y Cuenca, debido a que los cantones Paute, Gualaceo, Chordeleg y Sig Sig, son sitios aledaños a Guachapala, utilizados en muchos casos como lugares de tránsito por su cercanía. De igual manera, en la provincia del Cañar, se ejecutaron las encuestas en tres cantones, Cañar, Biblián y Azogues.

Como se explicó anteriormente, para determinar el perfil del turista potencial, se consideró la aplicación de 256 encuestas, ya que la formulación de las estrategias se enfoca en las necesidades de los turistas que pretendemos atraer. Se realizaron 128 encuestas en cada provincia, de acuerdo con el siguiente cronograma:



Tabla 11

Cronograma de aplicación de encuestas para la demanda potencial

FECHA	NÚMERO DE ENCUESTAS	LUGAR
12-02-2020	43 encuestas	Santa Isabel
13-02-2020	43 encuestas	Girón
14-02-2020	43 encuestas	Cuenca
20-02-2020	43 encuestas	Azogues
21-02-2020	43 encuestas	Cañar
22-02-2020	43 encuestas	Biblián

Nota. Elaboración propia

2.4.2 Resultados

Las encuestas fueron aplicadas los días miércoles 12, jueves 13, viernes 14, jueves 20, viernes 21 y sábado 22 de febrero de 2020, en lugares de afluencia en las ciudades de Cuenca y Azogues como el terminal terrestre y los parques; mientras que, en los cantones Girón, Santa Isabel, Biblián y Cañar se aprovecharon los lugares con mayor aglomeración de personas, como parques y estaciones de buses.

De la misma forma que para el análisis del perfil del turista actual, la encuesta se dividió en dos partes, en la primera sección el encuestado proporcionó información demográfica, relacionada con género, edad, procedencia y, ocupación; y, la segunda sección, recopila información turística, como: motivación para viajar, conocimiento del cantón, atractivos de interés para visitar, preferencias de viaje, análisis de servicios, capacidad de gasto, medios de información y descripción de características de un destino.

De acuerdo con el cronograma, se aplicaron 43 encuestas por ciudad o cantón (para evitar sesgo en la información), dando un total de 258 encuestas, con lo cual, se eliminaron dos encuestas al azar, una por provincia, ya que en el cálculo de la muestra explicado anteriormente se planteó realizar 256 encuestas.

Las preguntas se pueden visualizar en el anexo 14.



2.4.2.1 Información demográfica

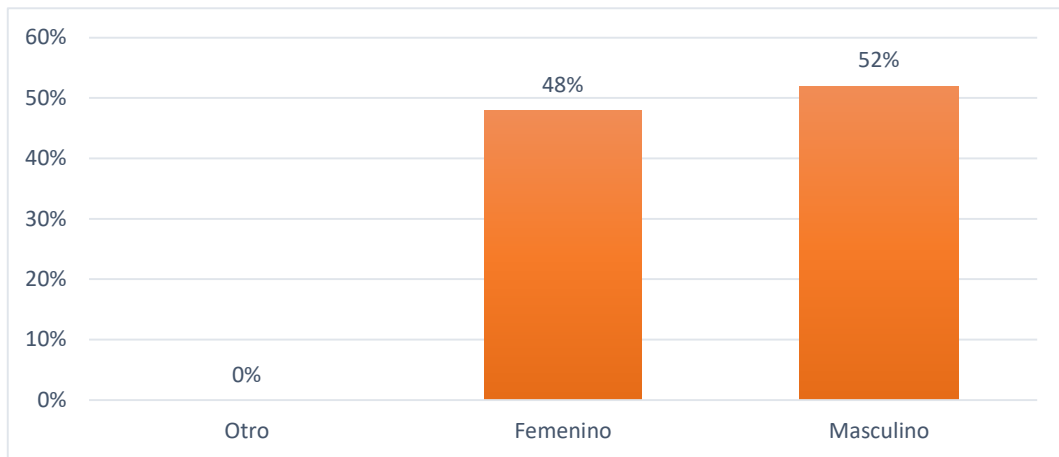


Figura 39. Identidad de género del turista potencial

Nota. Elaboración propia

El 52% se identificó de género masculino y el 48% de género femenino. Al igual que en el análisis anterior, las personas demostraron un poco de incomodidad con la estructura de la pregunta.

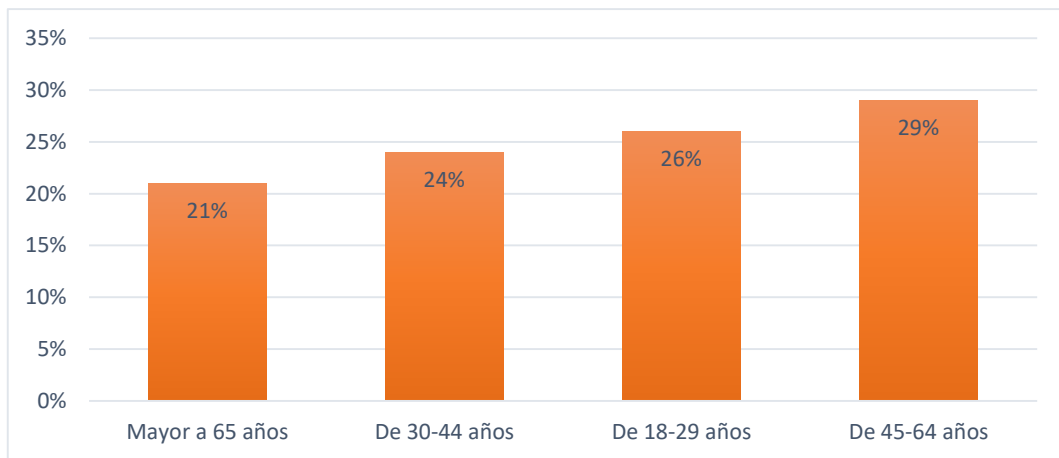


Figura 40. Rango de edad del turista potencial

Nota. Elaboración propia

El 29% de encuestados, corresponde a un rango de edad de 45-64 años, seguido de los jóvenes que se encuentran entre los 18 y 29 años.

Por otro lado, la participación de personas de la tercera edad llamó mucho la atención, más del 20% decidió colaborar con ideas y comentarios que podrían contribuir con el desarrollo del destino.



Se puede concluir que el cantón Guachapala atrae a turistas de todas las edades, razón por la cual es necesario diversificar la oferta turística que permita el disfrute de cada una de las personas, sin que influya su edad.

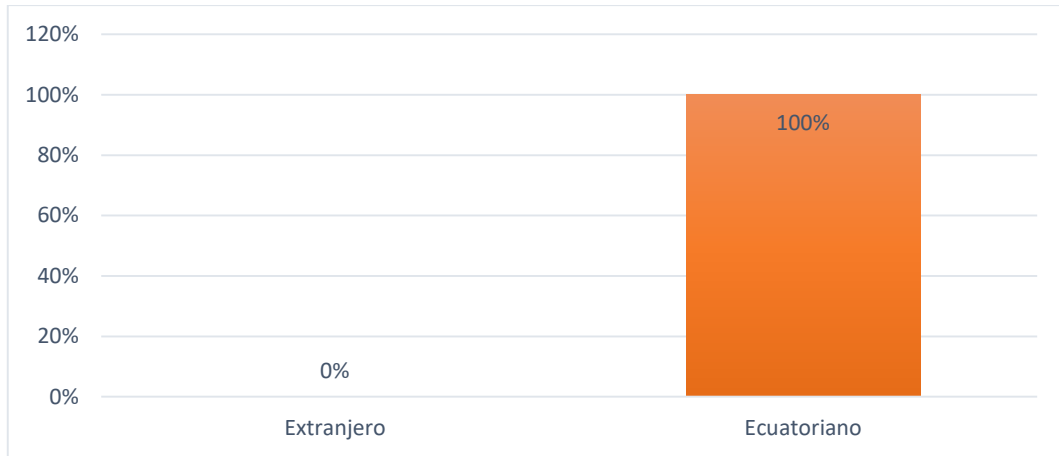


Figura 41. Nacionalidad del turista potencial

Nota. Elaboración propia

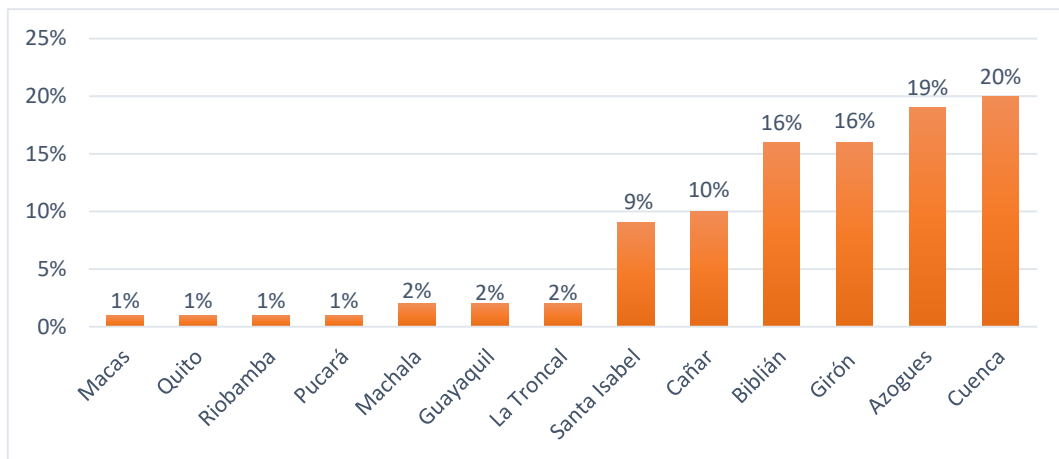


Figura 42. Ciudad de residencia del turista potencial

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con las cifras, el 47% proviene de la provincia del Cañar, de los cantones de Azogues, Cañar, Biblián y La Troncal; el 46% pertenece a la provincia del Azuay, a los cantones Cuenca, Girón, Santa Isabel y Pucará.

Es necesario aclarar que las encuestas se realizaron en las provincias del Azuay y Cañar, razón por la cual, son los lugares con mayor porcentaje de respuestas.

El 7% restante pertenece a personas residentes de Machala, Macas, Quito, Riobamba y Guayaquil.

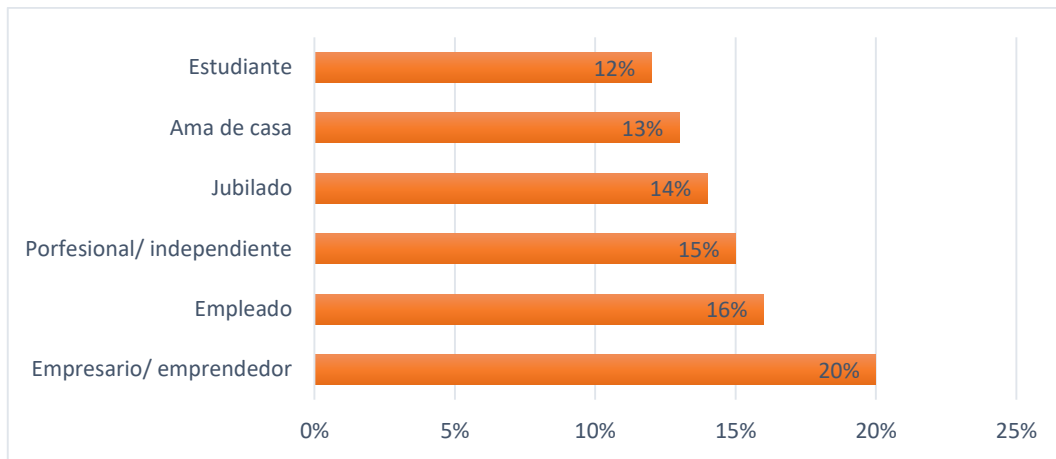


Figura 43. Ocupación del turista potencial

Nota. Elaboración propia

El 20% actualmente se desarrolla como empresario/emprendedor; los empleados suman el 16%, pero se desconoce si se encuentran bajo relación de dependencia o son empleados privados; y, el 15% corresponde a profesionales independientes.

Menores porcentajes corresponden a personas que no cuentan con un empleo, las amas de casa y los estudiantes, quienes no generan ingresos.

Dentro del grupo considerado sin empleo, se incluyen algunas personas de la tercera edad, quienes no perciben dinero por concepto de trabajo o jubilación, siendo su único medio de subsistencia, la ayuda económica recibida por parte de los familiares.

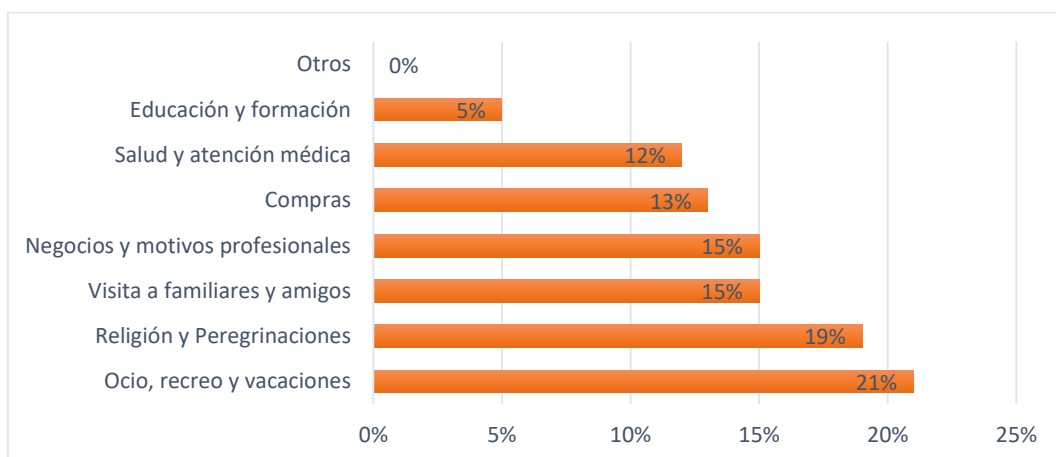


Figura 44. Principal motivación del turista potencial para viajar al destino Guachapala

Nota. Elaboración propia



La principal motivación para viajar en las personas encuestadas, es el ocio, recreo y vacaciones, seguido muy de cerca por la motivación religiosa. Aseguraron que aprovechan los espacios para compartir con la familia y salir de la zona de confort; así mismo, las personas expresaron que la religión y peregrinaciones son motivos para visitar lugares, ya que, en muchas familias, es considerada una tradición.

En la figura, se destaca la motivación por compras, negocios, salud y atención médica, las personas mencionaron que en muchas ocasiones son éstos los factores más sobresalientes para escoger un destino, sin que influyan mucho los atractivos que se ofrezcan dentro del lugar para visitar.

Lo contrario sucede con los turistas, cuya motivación es la educación y formación, este grupo comentó que los atractivos que ofrece un destino, juegan un papel muy importante, puesto que la finalidad es ampliar su conocimiento, sin dejar de lado el entretenimiento.

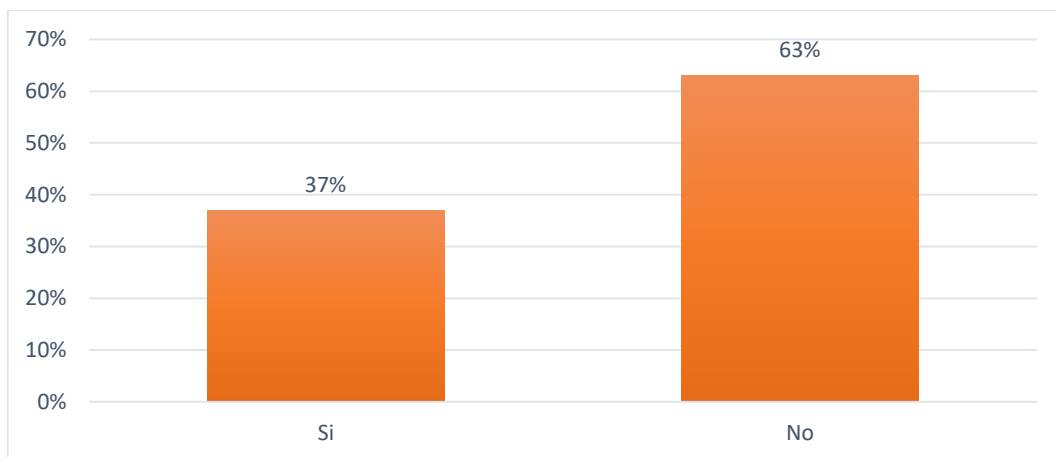


Figura 45. Conocimiento del destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

La mayoría de personas no conoce el cantón Guachapala, debido a que se encuentra muy alejado del lugar donde residen y señalan la falta de publicidad como una de las causas principales. Por otro lado, expresaron que estarían gustosos en visitar el cantón.

Es importante resaltar que, cuando se aplicaron las encuestas en el cantón Girón, las personas mencionaron haber escuchado sobre el cantón Guachapala, gracias a la iconografía religiosa que comparte un mismo significado (El señor



de Girón y el señor de Guachapala, a quienes lo relacionan con el tiempo de siembras).

De igual manera en la provincia del Cañar, las personas han escuchado sobre el cantón, debido a que se ha vuelto muy popular la peregrinación al santuario del Señor de Andacocha.

Con respecto al 37%, sí conoce el cantón y está dispuesto a visitarlo nuevamente.

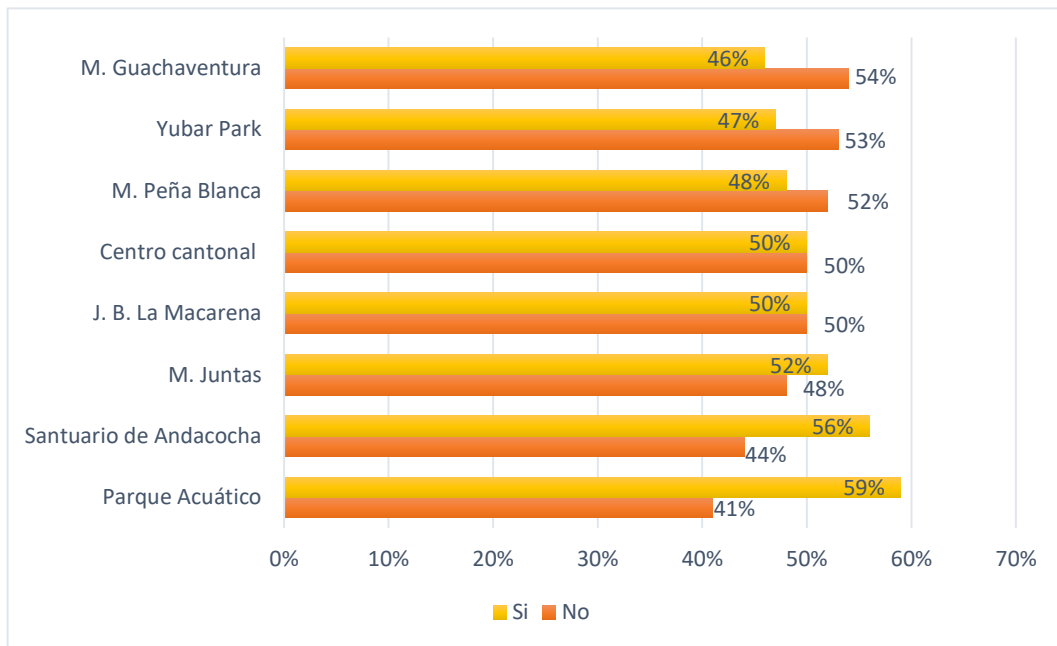


Figura 46. Atractivos de interés para visitar en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

Entre las opciones más escogidas por los encuestados, estuvieron el Santuario de Andacocha y el parque acuático, la mayoría expresó su apego a la religión católica; de igual forma, comentaron que el parque acuático llama mucho la atención puesto que, las características e instalaciones son únicas y el valor a pagar por el ingreso es accesible.

Por otro lado, es interesante analizar el porcentaje superior al 50% de personas que desearían visitar el Mirador las Juntas y el Jardín botánico la Macarena, mientras se realizaban las encuestas se logró despertar la inquietud por conocer estos atractivos, así como la expectativa de entrar en contacto con la naturaleza.



Las personas encuestadas optaron por querer conocer más de un atractivo de la lista.

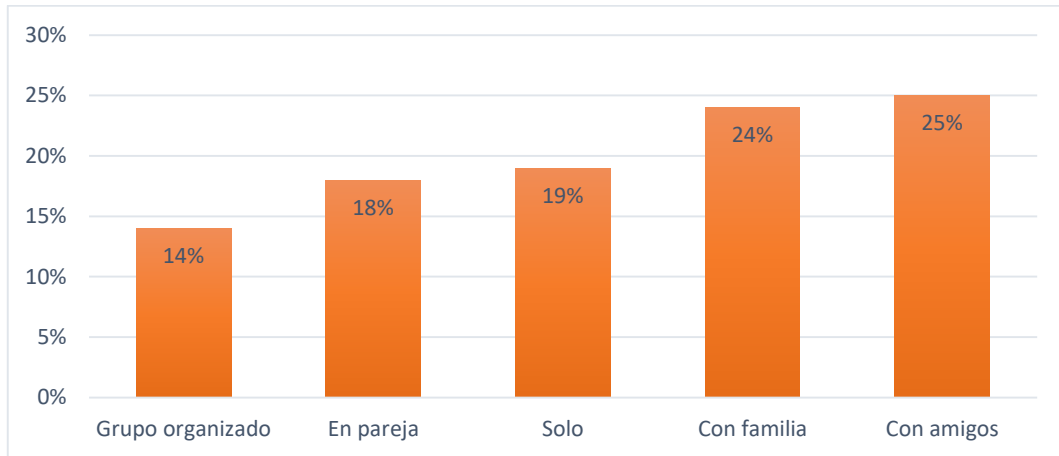


Figura 47. Organización del viaje del turista potencial

Nota. Elaboración propia

Datos:

Sumatoria del número de personas: 1.364 personas

Personas encuestadas: 256 personas

Cálculo:

$$\frac{1364}{256} = 5,33 \text{ personas}$$

Respuesta: Los encuestados prefieren viajar en grupos de 5 personas.

Figura 48. Ecuación para determinar el número de acompañantes del turista potencial

Nota. Elaboración propia

La mayoría estaría dispuesta a viajar en grupos de amigos y familiares, comentaron que en el transcurso del año planifican las visitas para compartir momentos amenos y de experiencias diferentes.

En un porcentaje menor, las personas optarían por viajar en un grupo organizado, contratando los servicios de una agencia de viajes.

Se solicitó a los encuestados que indiquen el número de personas con quienes preferirían viajar, obteniendo como resultado un promedio de 5 personas.

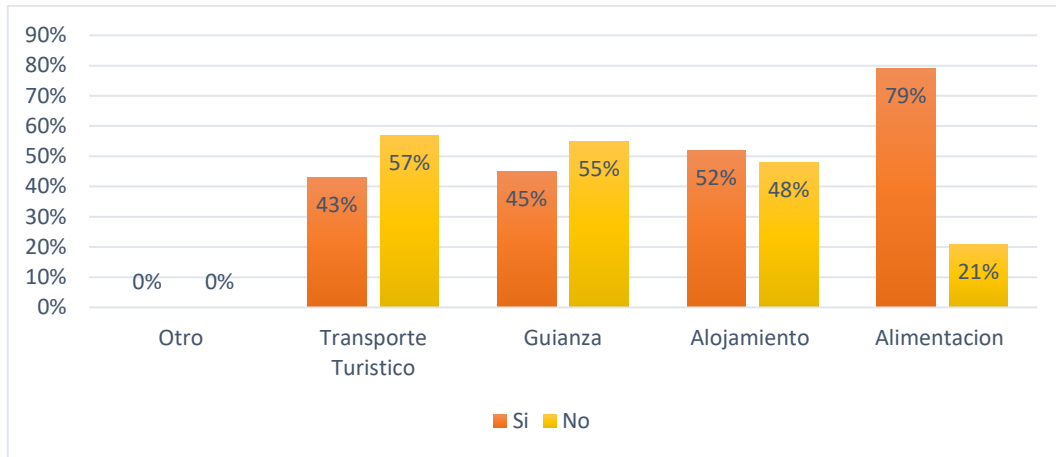


Figura 49. Servicios que utilizaría el turista potencial durante su estadía en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

El 79% estaría dispuesto a consumir el servicio de alimentación, el 52% optaría por el servicio de alojamiento, una de las razones principales es la distancia a la que se encuentra de su lugar de residencia.

Por otra parte, la mayoría prefiere no utilizar los servicios de transporte turístico y guianza, ya que son poco populares y prefieren utilizar transporte público y vehículos privados, debido a que, al viajar en grupo, resulta más económico.

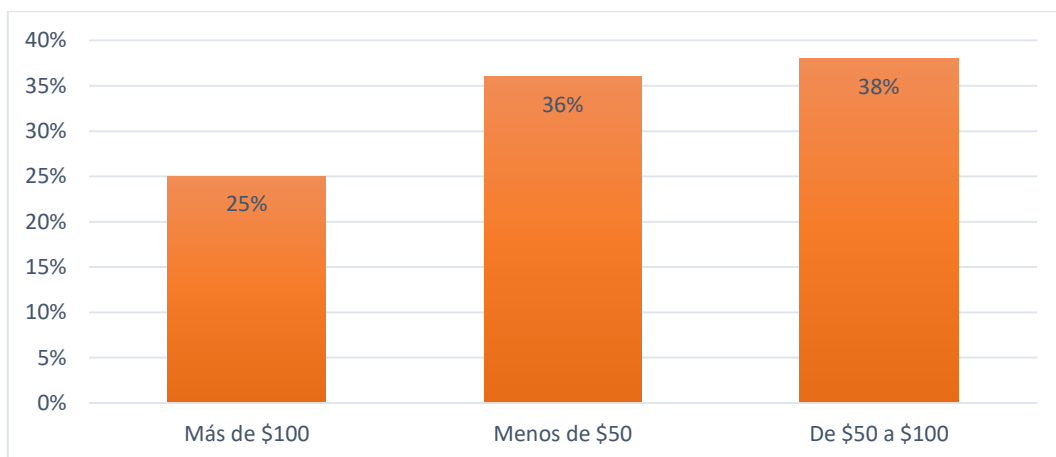


Figura 50. Monto que invertiría el turista potencial durante su estadía en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados, el gasto estimado estaría entre los \$50 y \$100 dólares, ya que el lugar de su residencia está alejado del destino y ven oportuno pasar la noche en Guachapala, la misma intención tiene el 25% que indica que su presupuesto para gastar es superior a \$100 dólares.



Las personas que prefieren gastar menos de \$50 dólares, no tienen como objetivo pernoctar dentro del cantón.

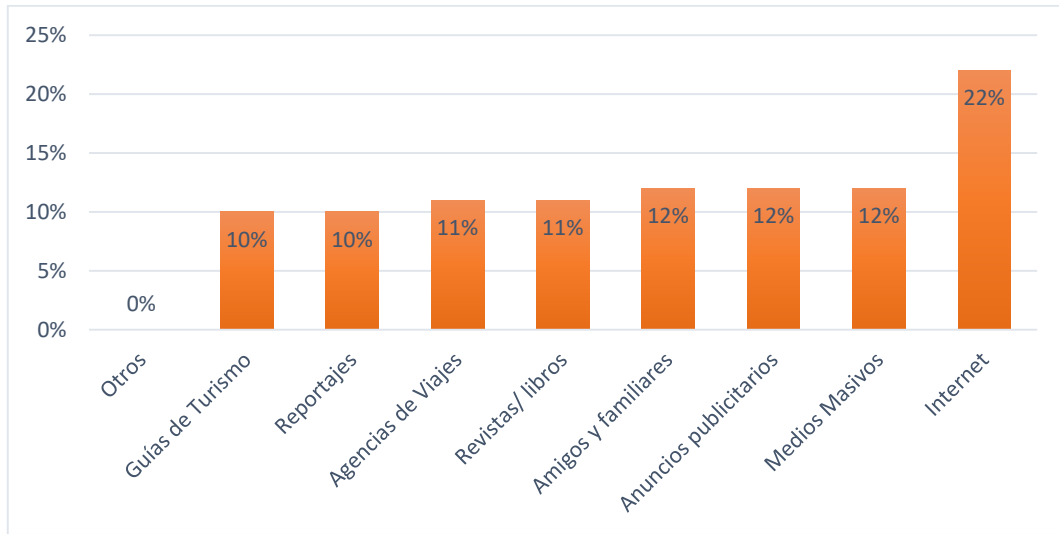


Figura 51. Preferencia de medio del turista potencial para recibir información sobre el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

Es de interés de las personas, recibir información turística del cantón Guachapala, a través de internet, por medio de redes sociales, en razón de que actualmente el uso de la tecnología está presente en el diario vivir de cada familia.

El 12% corresponde a la preferencia de recibir información por medio de amigos y familiares, esto es, por la experiencia que han tenido en el destino; y, en un porcentaje similar, los encuestados destacaron la importancia de los anuncios publicitarios y medios masivos.

Es curioso evidenciar que las personas no demuestran mayor interés en recibir información por medio de guías de turismo o agencias de viajes, la principal razón es que, como ciudadanos, aún no desarrollamos una cultura turística. Al momento de realizar turismo interno, también las OTA's han ido ganando terreno; puesto que, permiten que los viajeros optimicen su tiempo y a través de la tecnología, organicen su propio itinerario de viaje.



2.4.2.2 Características con las que debe contar el destino

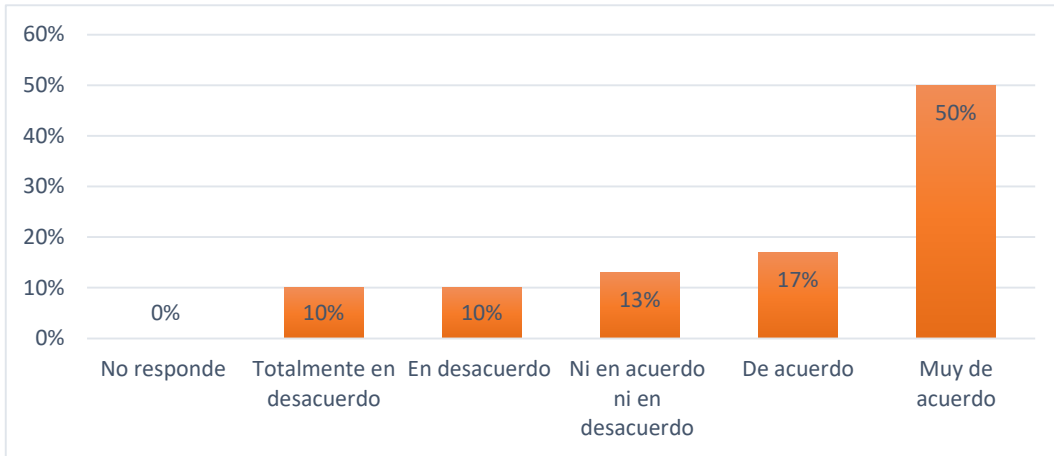


Figura 52. Promoción adecuada del destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

El 50% coincidió en que el lugar debe ser debidamente promocionado, enfocando su difusión a mostrar la diversidad de atractivos y actividades turísticas que el cantón presenta.

Por el contrario, el 20% manifestó su desacuerdo y expresó que no necesariamente un lugar debe estar debidamente promocionado, ya que los comentarios sobre la experiencia vivida (ya sea de amigos o familiares), son los que generan el interés y motivación para visitar o no el cantón.

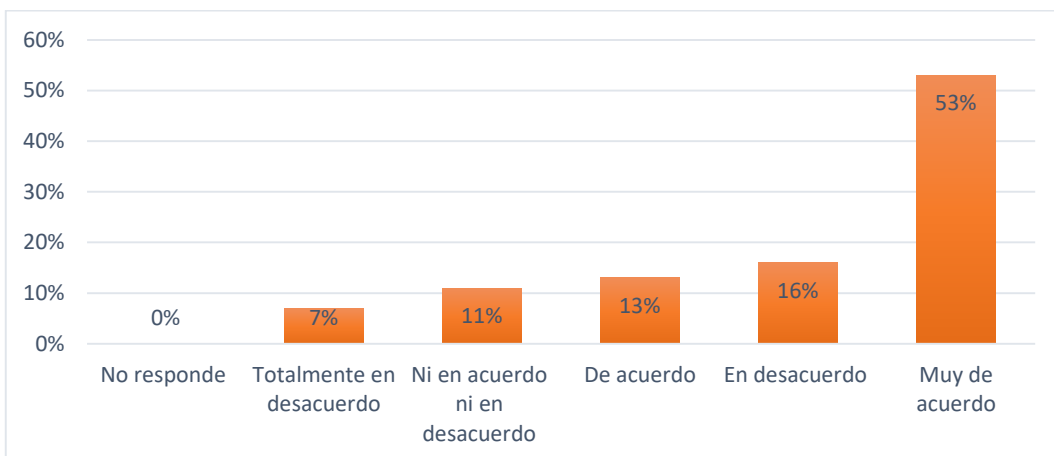


Figura 53. Disponibilidad de información del cantón Guachapala para planificar el viaje del turista potencial

Nota. Elaboración propia

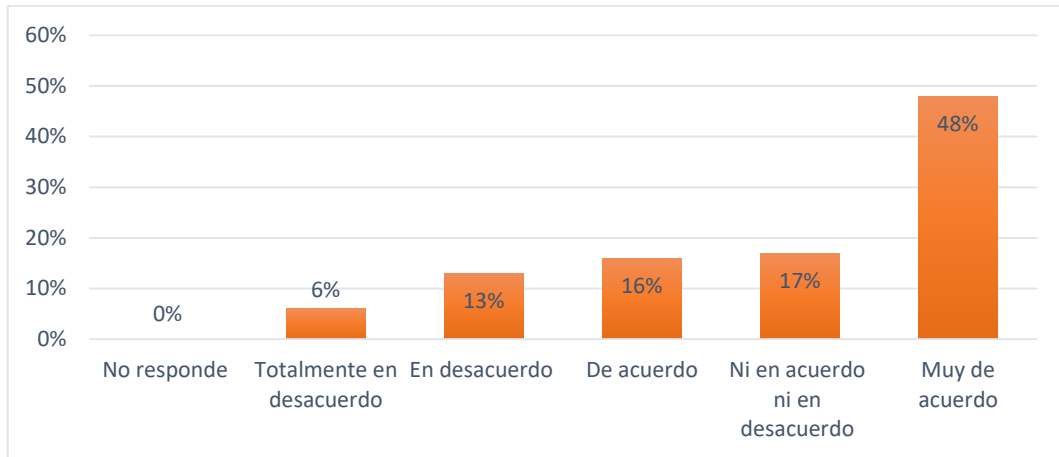


Figura 54. Información útil y verás sobre el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

Con respecto a las figuras 53 y 54, que hacen alusión al tema de información disponible previo al viaje, las personas destacaron que contar con información sobre el destino, facilita y optimiza tiempo al momento del recorrido.

Se considera que la información del cantón debe ser verdadera, y que ésta, debe despertar cierto interés en las personas, la intención y motivación del viaje; y, al mismo tiempo, se debe conservar un factor sorpresa para que el visitante pueda superar sus expectativas y percepciones sobre el destino.

Los que estuvieron en total desacuerdo indicaron que la información tiene que ser manejada por páginas oficiales, para que no se produzca desinformación a través de cuentas que están mal direccionadas, que ocasionan en algunos casos más bien la percepción negativa de los posibles visitantes.

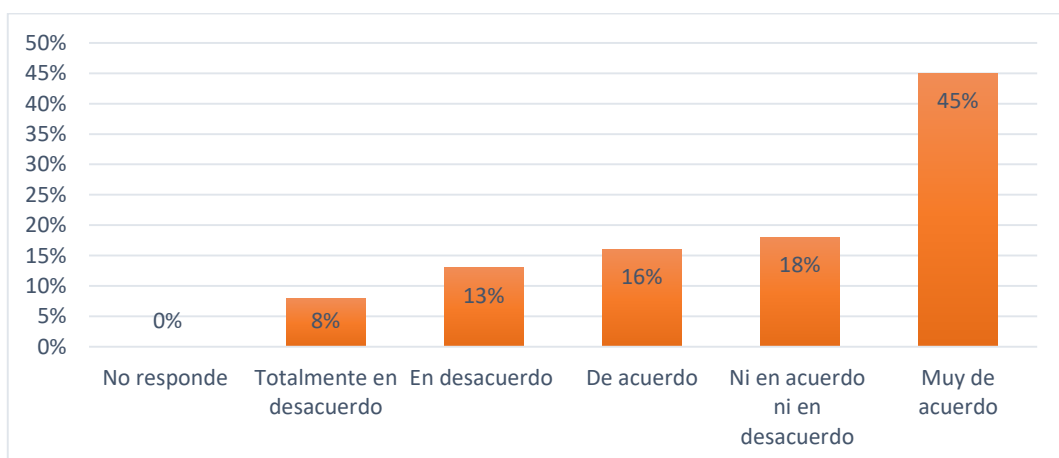


Figura 55. Variedad de actividades turísticas en el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia



De acuerdo con los resultados, el mayor porcentaje corresponde a personas que manifestaron su total acuerdo. Para ellos, es importante contar con variedad de actividades turísticas, ya que esto permite que el tiempo de permanencia en el cantón sea más extenso, lo cual, contribuye a un mayor crecimiento de las actividades económicas.

Mientras que el 8% de las personas expresó que no es muy necesario que exista variedad turística, debido a que, por lo general planifican las visitas a un sitio específico.

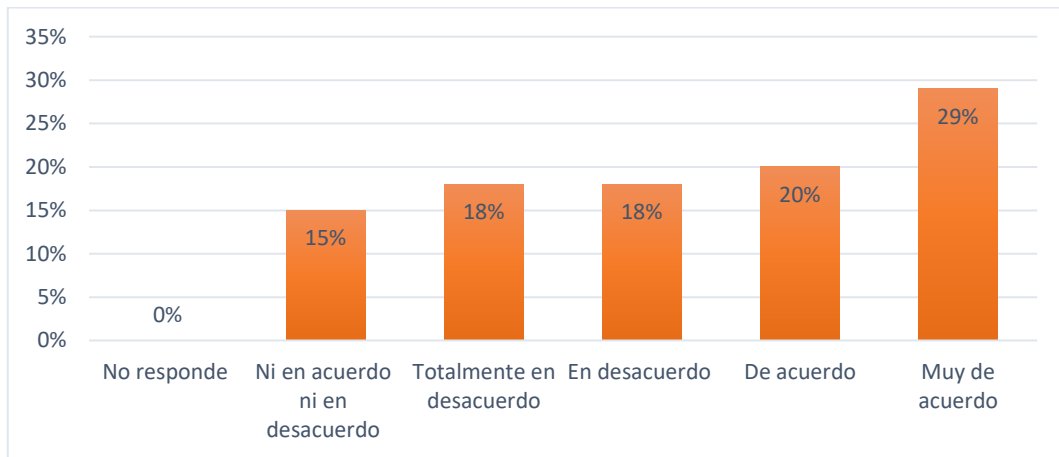


Figura 56. Diversidad de opciones de alojamiento en el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

Las personas que se encuentran de acuerdo (porcentaje total 49%), rescataron la importancia de contar con diversidad de opciones de alojamiento, considerando que su lugar de residencia se encuentra alejado del destino, lo cual resulta interesante, porque les convierte en posibles consumidores de dicho servicio.

Asimismo, en esta pregunta, los resultados de respuestas indecisas y negativas muestran altos porcentajes con relación a las anteriores (51%). Esto se debe a que, los encuestados comentaron que la diversidad en alojamiento no es muy necesaria, una parte de ellos expresó que bastaría con un hotel que brinde un servicio excelente, por tratarse de un cantón pequeño.



Un grupo de personas no hará uso de este servicio, puesto que su residencia se encuentra cerca del cantón, por lo que, la existencia de hoteles en la zona, para ellos, es de muy poca relevancia.

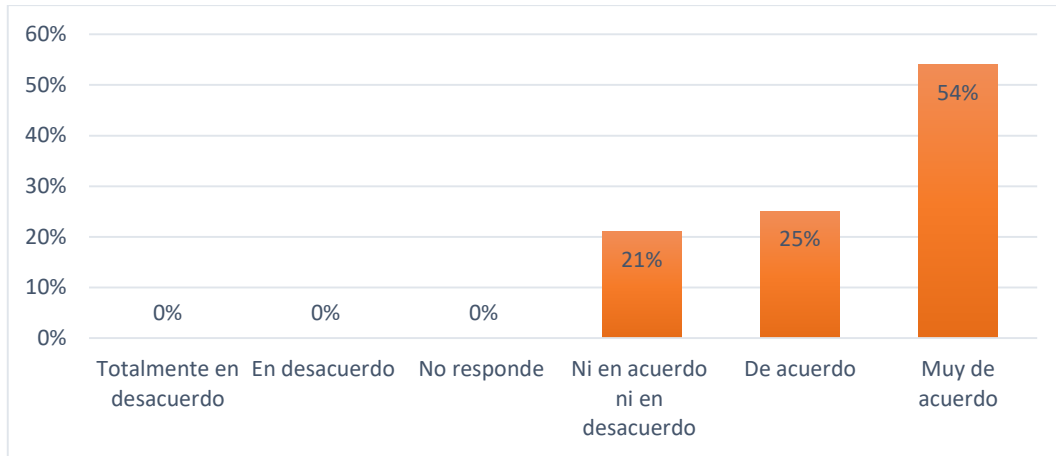


Figura 57. Limpieza y confort en el servicio de alojamiento para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

Más del 50% expresó que es importante que el servicio de alojamiento presente limpieza y confort, puesto que, la calidad de los servicios habla por sí sola de un destino. De igual manera, algunas personas opinaron que no estarían dispuestas a pernoctar en el cantón.

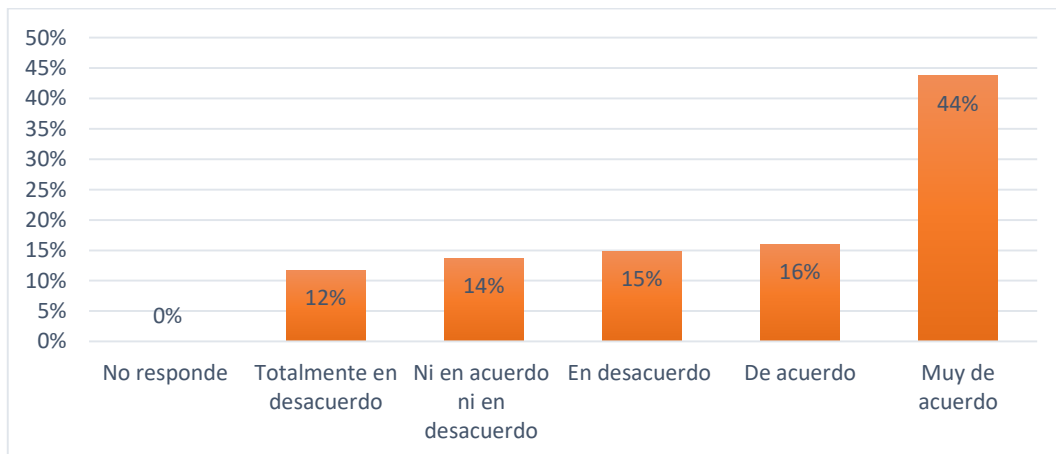


Figura 58. Diversidad de opciones de alimentación en el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

Definitivamente, el lugar sí debe presentar diversidad de opciones de alimentación, así lo decidió el 44% de encuestados, puesto que la gastronomía



de un destino despierta la curiosidad entre los turistas; además, el tiempo de permanencia en un destino, influye mucho al momento de consumir el servicio.

Sin embargo, también se debe considerar a quienes manifestaron su desacuerdo e indecisión en la respuesta (más del 40%), ya que mantienen el argumento de que, llevar fiambre se ha convertido en una tradición familiar, incluso de esta manera evitan incurrir en gastos con costos altos durante su visita.

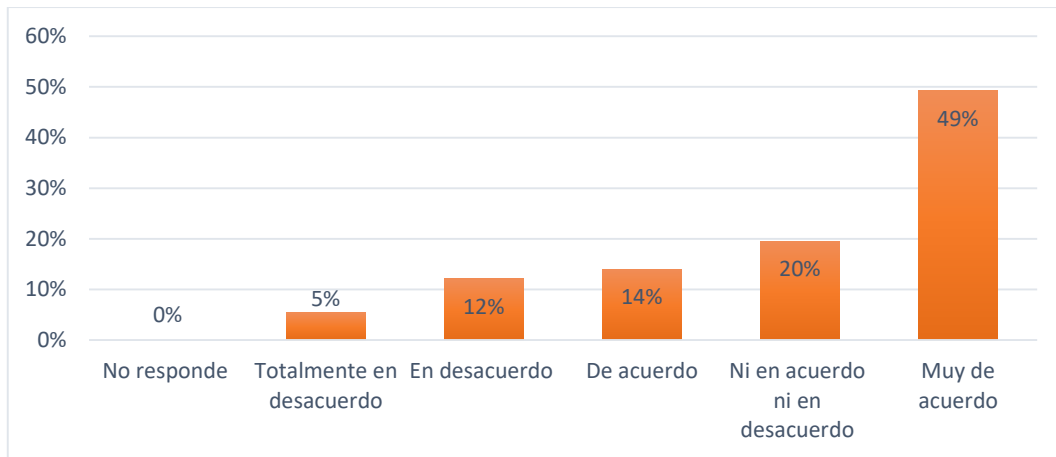


Figura 59. Accesibilidad adecuada sobre el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

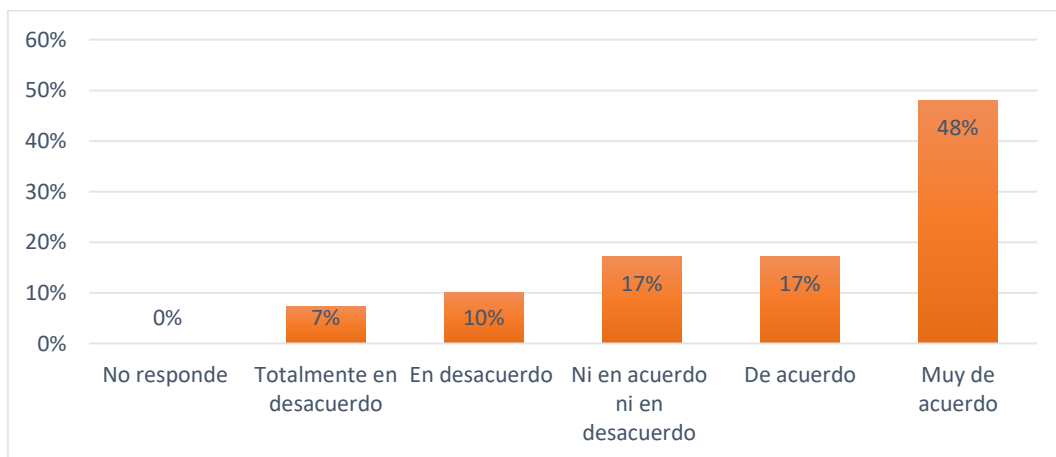


Figura 60. Señalización adecuada en el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con las figuras 59 y 60, la mayoría de las personas expresó que son muy importantes la accesibilidad y la señalización en las principales vías, debido a que, movilizarse y localizar los atractivos sin dificultad, constituyen características principales que un visitante busca, para disfrutar con total plenitud de su viaje.



Del mismo modo, expresaron la importancia de gestionar una adecuada señalización dentro de los atractivos turísticos, se debe tener claro sobre las actividades permitidas y las debidas restricciones, para evitar accidentes.

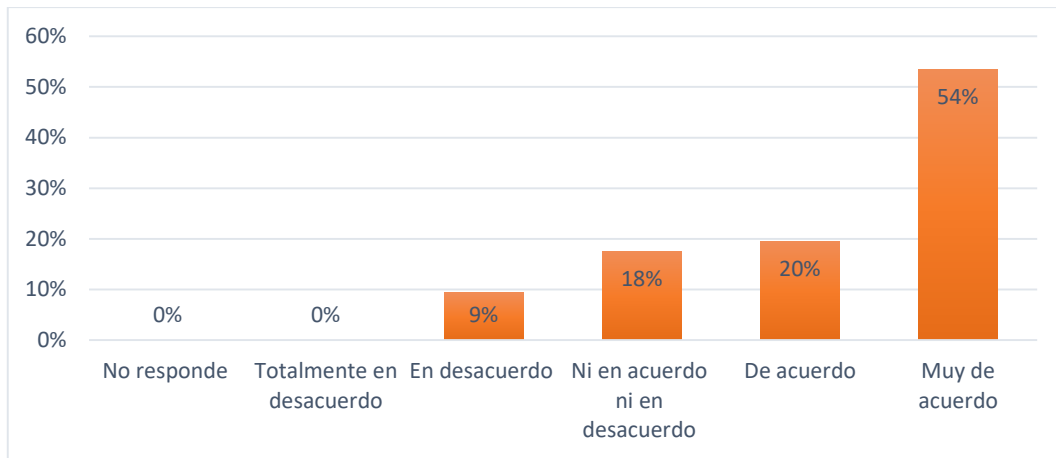


Figura 61. Seguridad en el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

El 54% destacó la importancia y necesidad de contar con seguridad dentro del cantón. Mientras se ejecutaban las encuestas, se brindó información sobre los atractivos y actividades turísticas que se pueden visitar y practicar dentro del destino, se destacó el ascenso al Santuario del Señor de los Milagros de Andacocha y la seguridad que ofrece la ruta se convirtió en la principal duda.

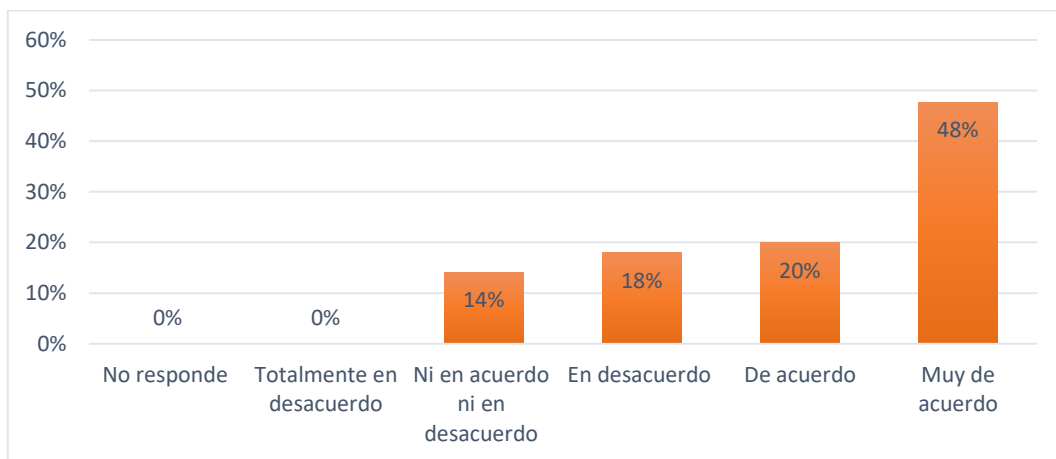


Figura 62. Limpieza del destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

El 48% resaltó la importancia de la limpieza en un destino turístico, si el lugar cumple con este aspecto básico de convivencia, ayuda a superar las expectativas del turista sobre la población local.



El 18% de las personas expresó que la limpieza de un lugar es responsabilidad de los turistas y de la comunidad local, así mismo recomendaron la colocación de contenedores de basura en los diferentes atractivos y sitios de afluencia.

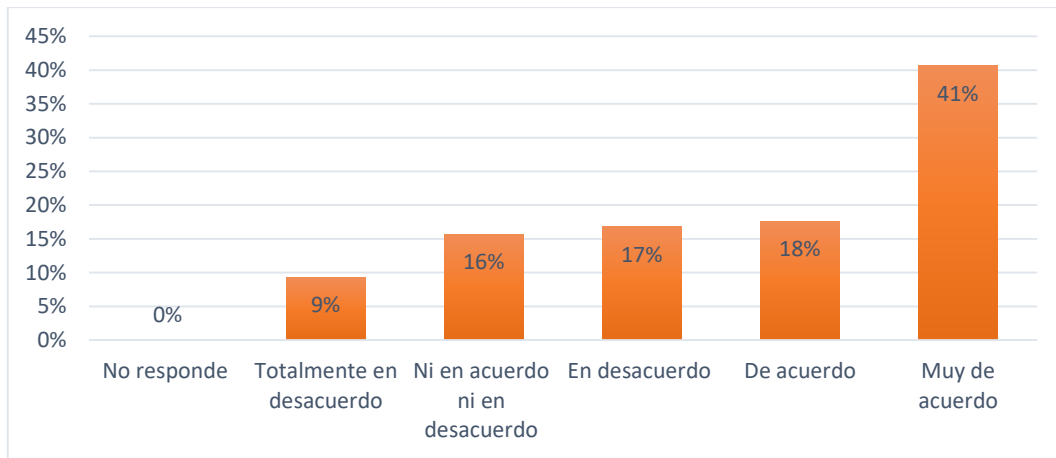


Figura 63. Atención de calidad al turista potencial en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

La atención al turista es esencial, al momento de elegir un destino turístico, así lo expresó el 41% de los encuestados. Recomendaron que se debe tener cuidado con este tema, ya que los malos comentarios pueden alejar a los posibles turistas.

Por el contrario, el 9% sostuvo que la atención al cliente no influye mucho al momento de elegir un sitio de visita, simplemente, si al momento de consumir un servicio la atención es mala, para la próxima vez evitan ir al mismo lugar.

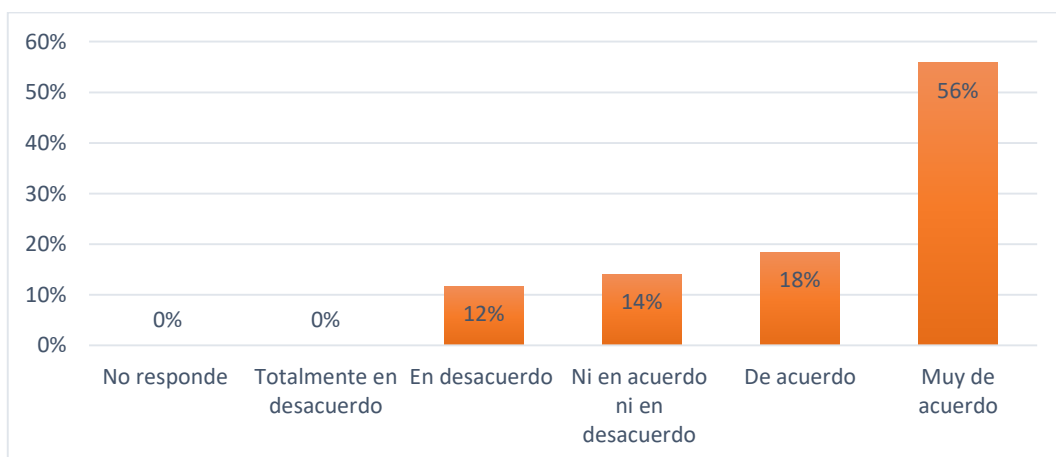


Figura 64. Atracción de las instalaciones

Nota. Elaboración propia



Más del 50% expresó que las instalaciones y, sobre todo, los sitios de esparcimiento, tienen que llamar la atención a simple vista y, de esta manera, generar interés o despertar curiosidad de los turistas. De igual forma, algunos encuestados comentaron que las instalaciones deben contar con un mantenimiento y cuidado constante, y establecer una temática y cambiarla frecuentemente.

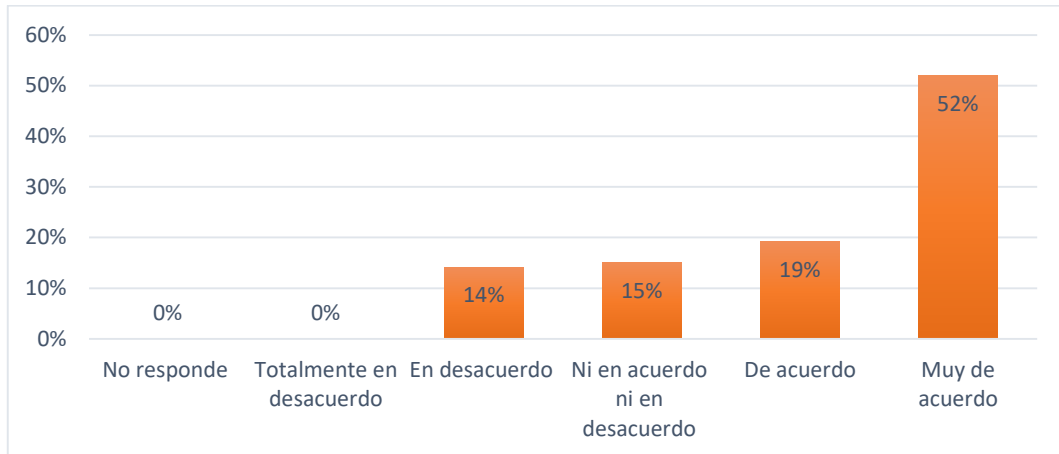


Figura 65. Apariencia adecuada del personal de atención

Nota. Elaboración propia

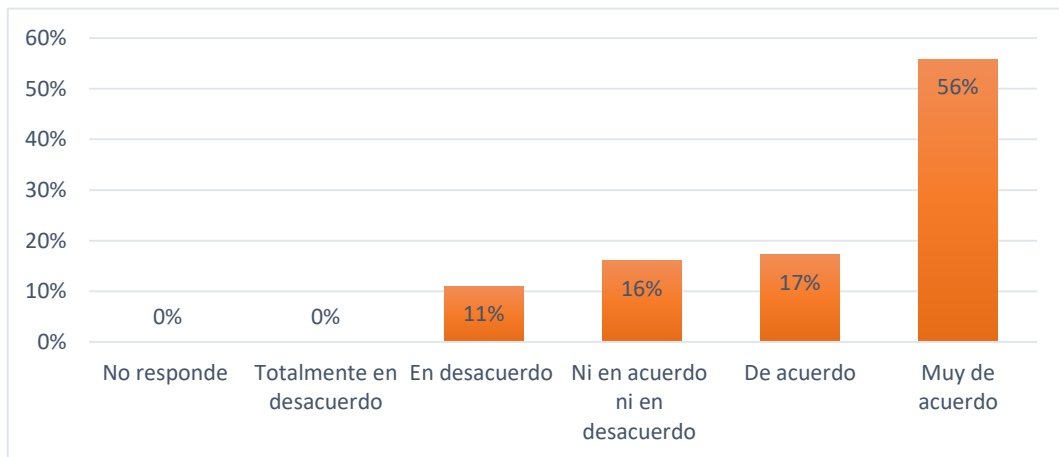


Figura 66. Confianza transmitida por el personal de atención

Nota. Elaboración propia

Con respecto a las figuras 65 y 66, un porcentaje superior al 50% coincidió en que el personal que vaya a atenderlos, debe mostrar una apariencia correcta y transmitir confianza; sobre todo, dentro de los atractivos, se deben convertir en guías, quienes puedan resolver dudas que se presenten durante la estancia de



los visitantes, también resaltaron la importancia de la capacitación constante a los prestadores de servicios.

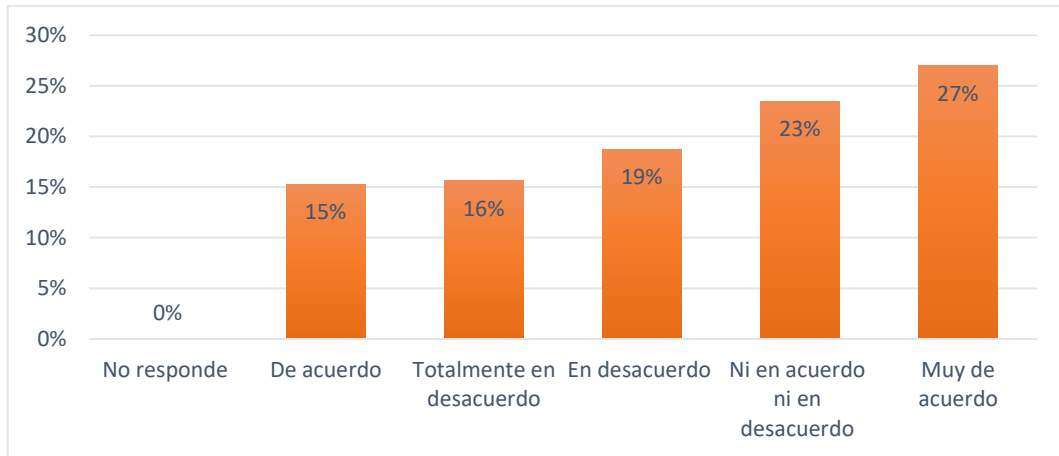


Figura 67. Atracción de la folletería del destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

La folletería del cantón tiene que ser atractiva, de acuerdo al criterio de los encuestados. Por un lado, el 27% sostuvo que es importante mantener la publicidad impresa, de igual manera acotaron que se deben aprovechar los folletos para dar recomendaciones a los visitantes, como por ejemplo contar con un mapa para facilitar la ubicación de los atractivos.

Por el contrario, el 35% (total de personas en desacuerdo y en total desacuerdo), expresó que actualmente el uso de folletos no es importante, pues la tecnología juega un papel esencial y el tema de reciclaje se encuentra en auge. Los resultados reflejan un alto porcentaje de personas indecisas, comentaron que la publicidad digital al igual que la folletería, forman parte del crecimiento de un destino turístico.

En lugar de folletería, se propuso la creación de páginas web que brinden información completa sobre el cantón.

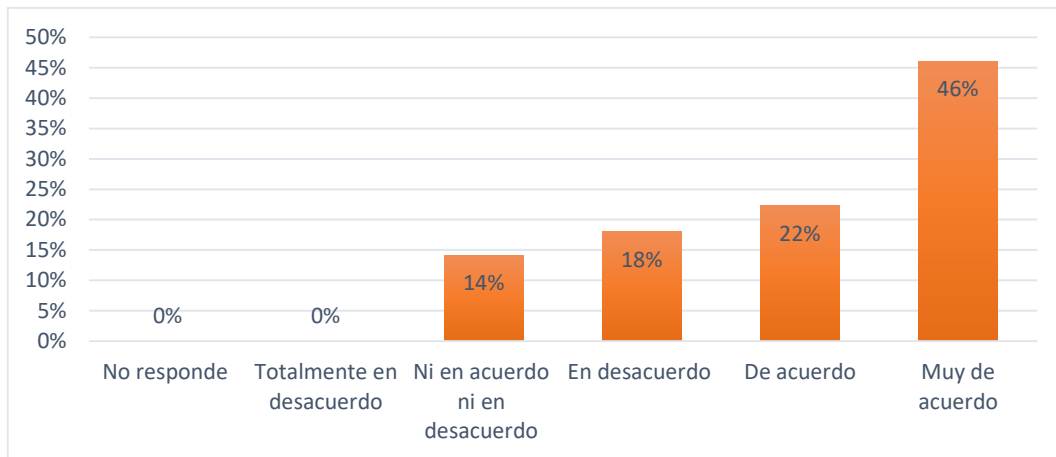


Figura 68. Cumplimiento de condiciones en servicios contratados por el turista potencial

Nota. Elaboración propia

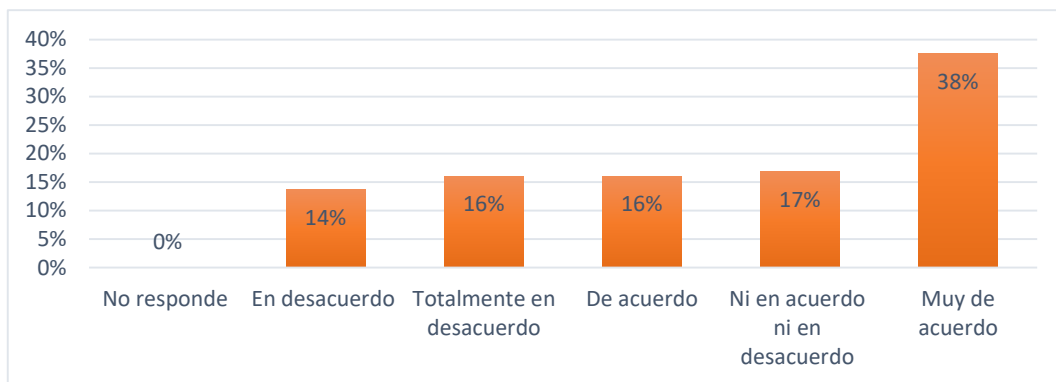


Figura 69. Agilidad en el servicio contratado por el turista potencial

Nota. Elaboración propia

Con respecto a las figuras 68 y 69, la mayoría se mostró muy de acuerdo con que los servicios deben cumplirse en los tiempos y condiciones pactadas, de manera ágil y oportuna.

Por otro lado, algunas personas expresaron que los servicios deben ser brindados correctamente, a través de una adecuada estandarización de procesos, para evitar dar el servicio a la ligera, garantizando calidad y profesionalismo, y de esta manera recomendar a más turistas.

Las personas que están en desacuerdo y en total desacuerdo comentaron que el tiempo para prestar el servicio no influye en la calidad del mismo, pero sí deben cumplirse en las condiciones pactadas.

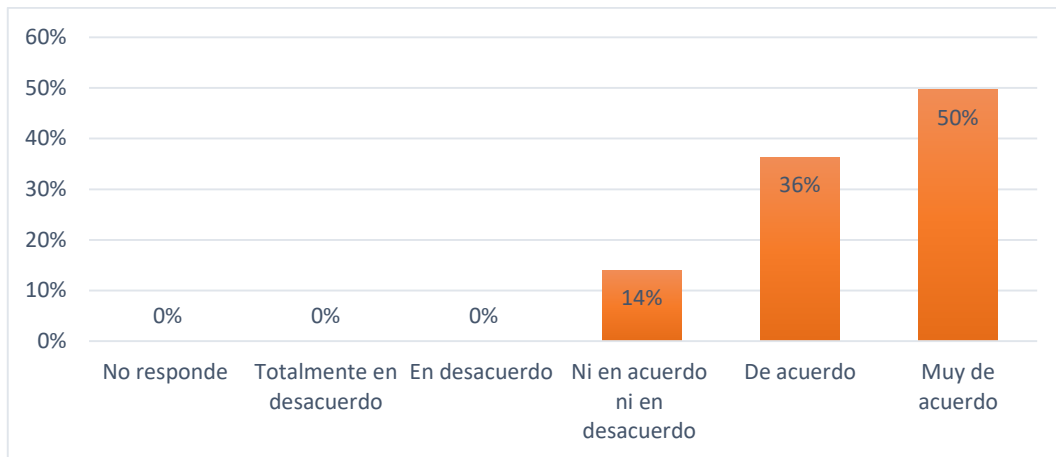


Figura 70. Conservación de atractivos naturales

Nota. Elaboración propia

Un gran porcentaje concuerda que el espacio natural tiene que estar conservado, puesto que, una de las principales razones para hacer turismo, es salir de la rutina que ofrece la ciudad y buscar lugares que transmitan tranquilidad y que, al mismo tiempo, se pueda disfrutar de la naturaleza.

Sin embargo, recalcaron que la conservación de los espacios naturales depende de las personas, así como de las entidades que velan por el bienestar y cuidado de los mismos.

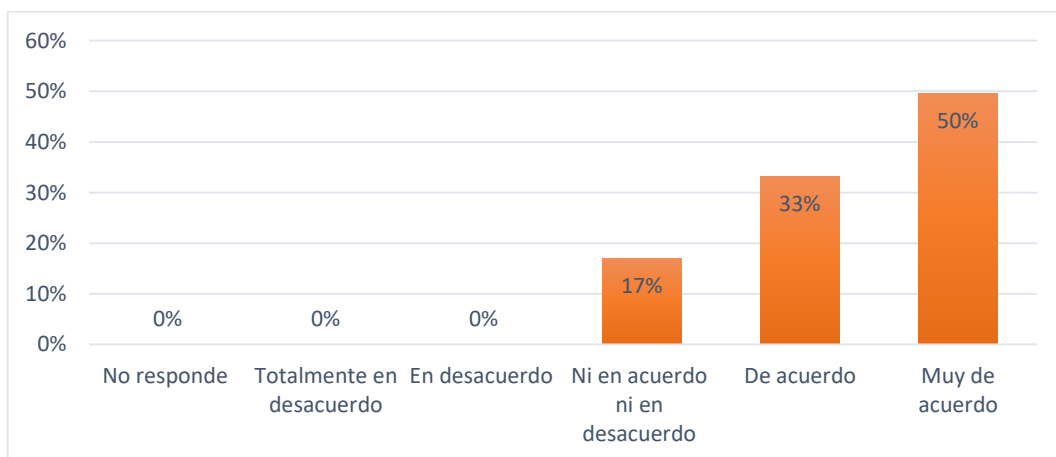


Figura 71. Hospitalidad de la comunidad local

Nota. Elaboración propia

Las personas encuestadas coincidieron en que la comunidad local tiene que ser hospitalaria, es uno de los factores importantes en la consolidación de un espacio turístico. Mencionaron que el comportamiento de los actores locales es muy influyente al momento de elegir un lugar para visitar, puesto que, interactuar con



la población permite conocer aquellos recursos turísticos intangibles que, a pesar de que no se pueden ver, han sido transmitidos de generación en generación.

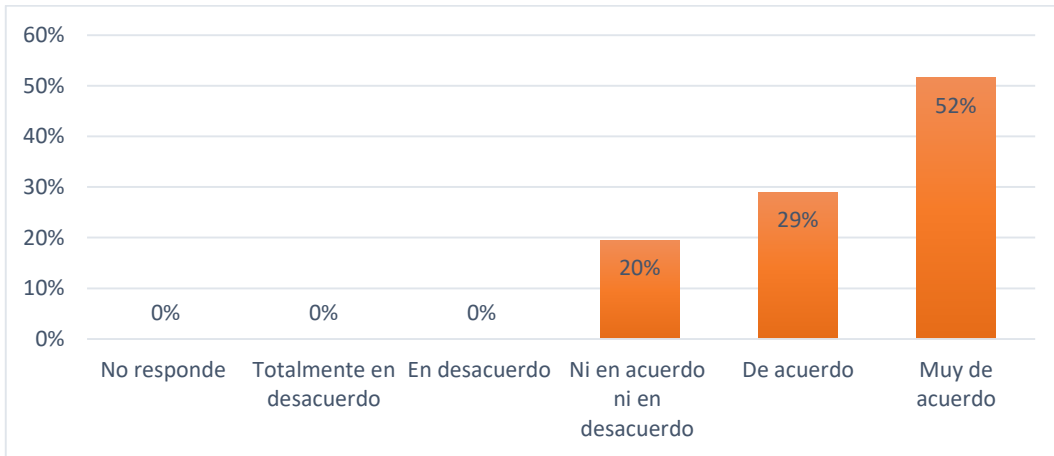


Figura 72. Precio adecuado pagado por el turista potencial por la experiencia en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia

Un buen porcentaje señaló que, por lo general, cuando las personas viajan en grupos grandes, el factor dinero se convierte en una limitante, por lo tanto, en ocasiones han tenido que desistir de realizar ciertas actividades, debido a que los precios son poco accesibles.

Por esta razón, se recomendó que se establezca una estandarización de precios en los distintos servicios que ofrece el cantón.

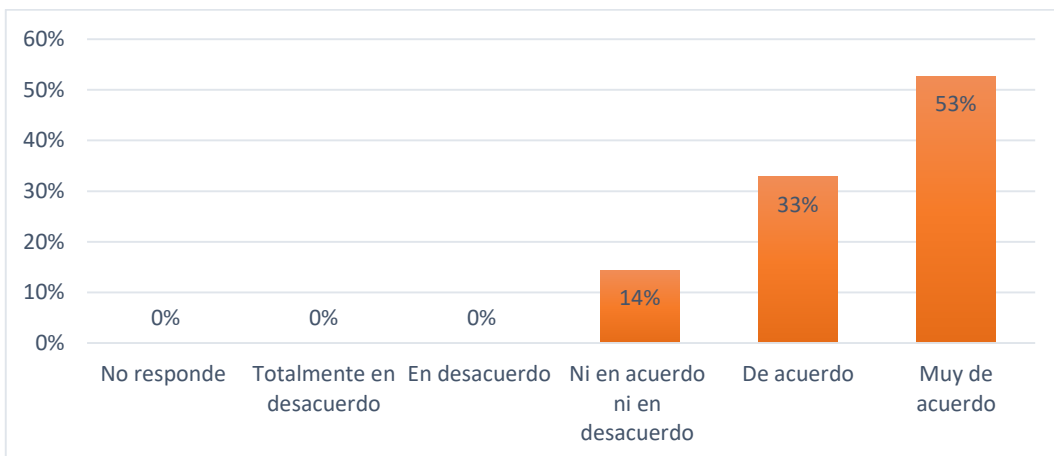


Figura 73. Disponibilidad de servicios y equipamiento de salud en el destino Guachapala

Nota. Elaboración propia



Los destinos turísticos deben contar con un servicio de salud integral, así lo expresaron los encuestados, pues no estamos exentos de peligros y en caso de un accidente, la capacidad de respuesta debe ser rápida y eficiente.

Además, el personal que brinda atención en los atractivos donde se practican deportes extremos o que presenten cierto grado de riesgo o peligro, necesariamente deben capacitarse en temas de primeros auxilios.

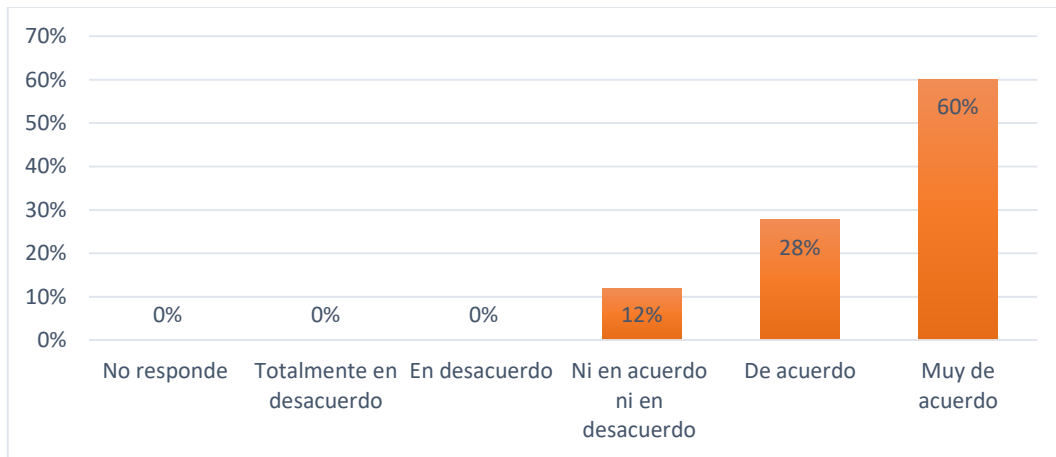


Figura 74. Existencia de protocolos de emergencia en el destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

La mayoría de los encuestados resaltó la importancia de establecer protocolos de emergencia, no solo en cuanto a accidentes, sino a los posibles desastres naturales que se puedan presentar.

Los atractivos y el cantón en general deben contar con salidas de emergencia, zonas seguras y sobre todo con zonas de peligro bien definidas, así mismo la señalética tiene que ser clara y visible.

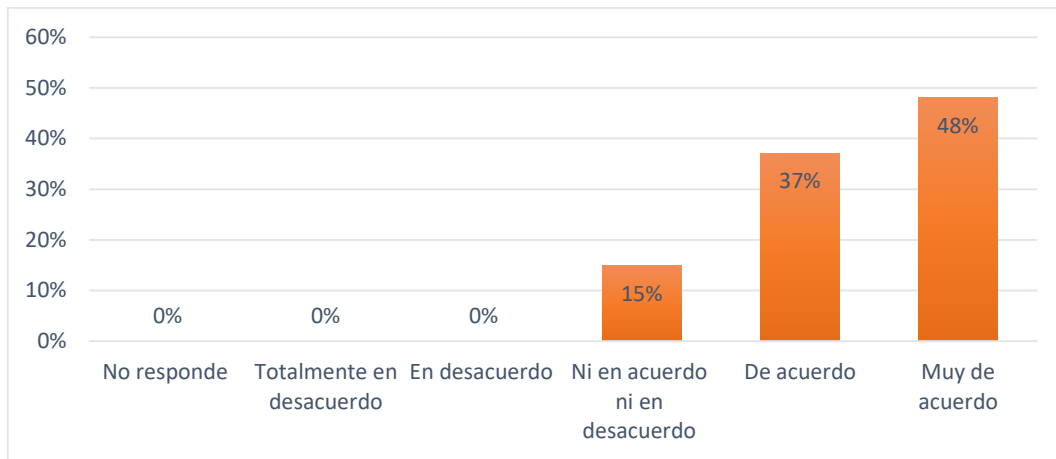


Figura 75. Reconocimiento del destino Guachapala para el turista potencial

Nota. Elaboración propia

Las personas concluyeron que, al momento de elegir un lugar para visitar, los comentarios son de mucha relevancia; si éstos son buenos, el interés por conocer es mayor; si por lo contrario, éstos son malos, generará poca curiosidad o motivación por viajar al lugar.

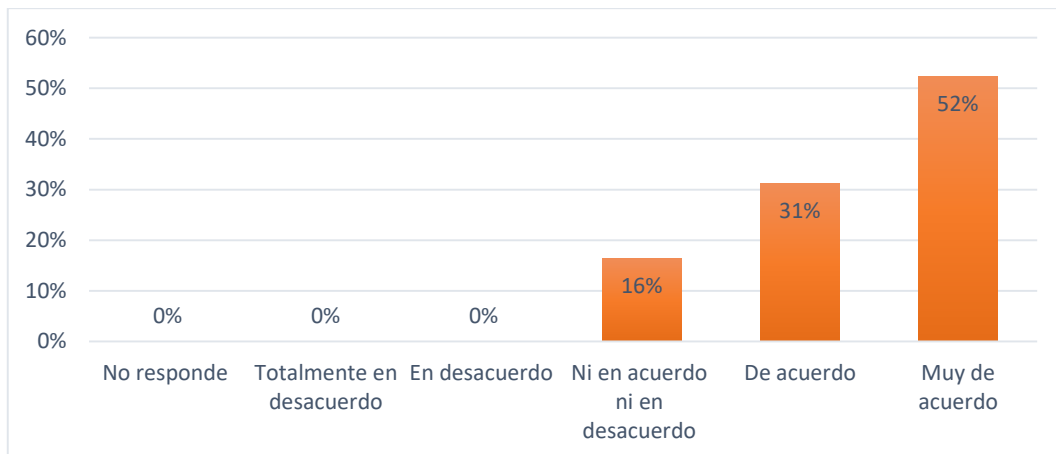


Figura 76. Existencia de facilidades para personas con discapacidad

Nota. Elaboración propia

Hoy en día son ineludibles las facilidades que deben considerarse para las personas con discapacidad. Los atractivos, sus accesos y los diferentes servicios turísticos tienen que ser inclusivos, permitiendo de esta manera, la integración de este importante segmento de mercado, también es necesario garantizar su seguridad y contar con gente capacitada en el manejo de discapacidades.

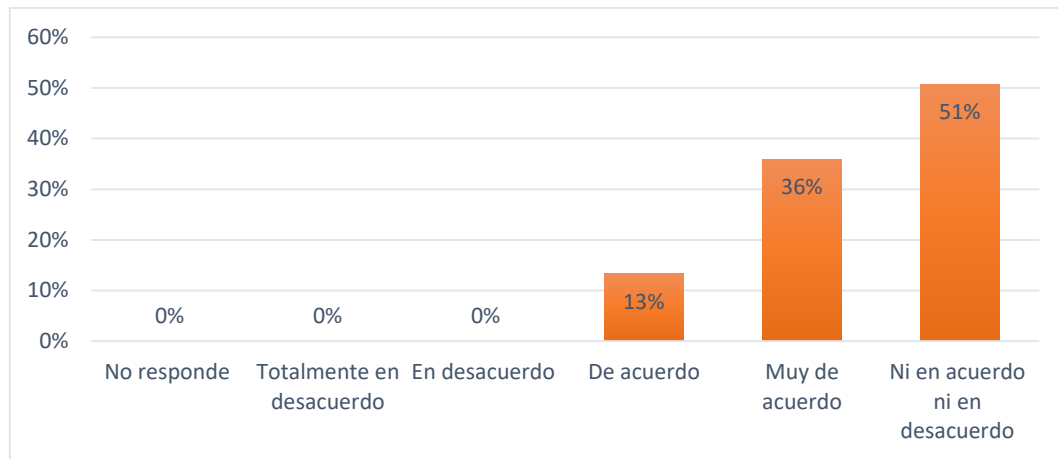


Figura 77. Recomendación del destino Guachapala a familiares y amigos según el turista potencial

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados, los turistas que ya han visitado el cantón, expresaron que, sin dudar, recomendarían el lugar a sus familiares y amigos. Se destacaron las personas indecisas, puesto que no han visitado el cantón; sin embargo, se logró despertar el interés en ellos, por conocer Guachapala.

En las figuras 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76 y 77, se puede observar un comportamiento de cifras similar. Esto se debe a que, los encuestados determinaron características esenciales para el aprovechamiento y el impecable manejo de los recursos turísticos existentes en un determinado territorio.

2.4.3 Infografía

A través de una breve infografía, se exponen los resultados del perfil del turista potencial que visitaría el cantón Guachapala, de forma condensada, para facilitar la interpretación del mismo.

Perfil del turista potencial que visitará el cantón Guachapala

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Género



Edad



Rango de edad:
45-64 Años

Procedencia



La mayoría de los
visitantes provienen de
cantones de las provincias
del Azuay y Cañar

Ocupación



Empresario/ emprendedor
20%
Empleado 16%
Profesional independiente
15%

Ilustración 3. Infografía del perfil del turista potencial: información demográfica

Nota. Elaboración propia

Perfil del turista potencial que visitará el cantón Guachapala

INFORMACIÓN TURÍSTICA

Motivación



Ocio, recreo y
vacaciones

Atractivos más desean visitar



Santuario de
Andacocha



Parque Acuático

Viaja con:



Amigos

Promedio: Grupos de 5
personas

Servicio que más utilizarían



Alimentación y alojamiento

Gasto diario



De \$50 a \$100 dólares

Medios de información



Internet

Ilustración 4. Infografía del perfil del turista potencial: información turística

Nota. Elaboración propia

2.4.6 Análisis comparativo de perfiles

Con base en los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, se puede determinar que las personas que actualmente visitan el cantón, oscilan entre los



18 y 29 años de edad, mientras que el turista potencial está entre los 45 y 64 años de edad, con un nivel de gasto menor a \$50 dólares y entre los \$50 y \$100 dólares, respetivamente.

Tanto el turista actual como el turista potencial, prefieren visitar los mismos atractivos; no obstante, su motivación varía, ya que el turista actual lo hace por visitar a amigos y familiares, mientras que el turista potencial viaja por ocio, recreo y vacaciones, se movilizan en grupos de 5 personas, ya sea con familiares o con amigos.

En cuanto a los medios de información, éstos cambian de acuerdo al tipo de perfil, por ejemplo, el turista actual prefiere recibir información por medio de amigos y familiares, mientras que el turista potencial, optaría por hacerlo a través del internet.

Sobre las características del destino, los dos tipos de perfil concuerdan con que el lugar debería estar promocionado de manera integral, además la información sobre el destino debe estar disponible en plataformas digitales, redes sociales y páginas web; y, al mismo tiempo, debe ser veraz y se debe evitar publicidad engañosa.

Los visitantes consideran al cantón como un destino muy accesible y con señalética correcta dentro de los atractivos; sin embargo, recomiendan establecer protocolos de emergencia, donde las zonas seguras y vías de evacuación, estén bien definidas, al igual que, el sistema de salud debería mejorar y el acceso a los atractivos tendría que ser modificado, para que personas con discapacidad puedan ingresar sin dificultad.

En cuanto a la calidad de los servicios, los turistas en general expresaron que éstos tienen que ser ágiles y eficientes, para ello, recomendaron que los establecimientos deberían implementar la estandarización de procesos, relacionados con el tiempo de servicio y el costo del mismo, puesto que, en ciertas zonas del cantón, se presentan diferencias considerables en la comercialización de los productos.

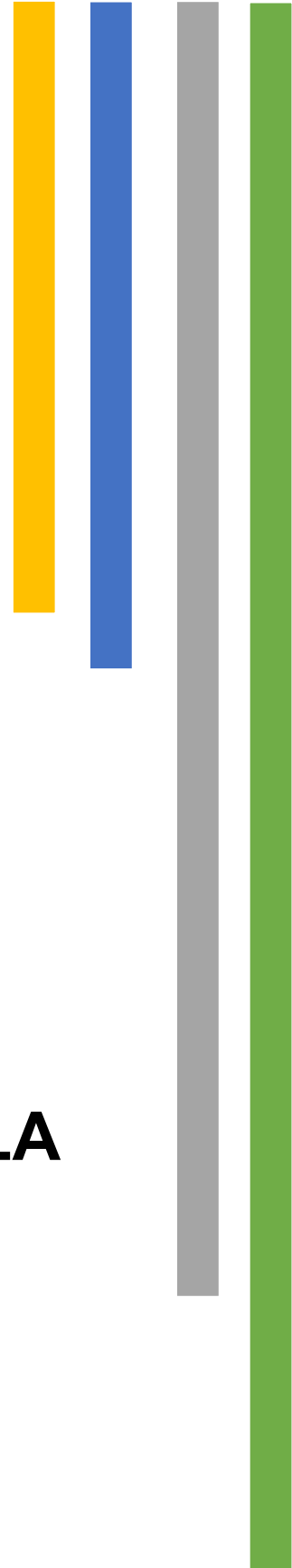


Asimismo, las personas encuestadas recomendaron que se debe trabajar en la capacitación continua al personal, en temas relacionados con el servicio al cliente y normas de etiqueta.



CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE DIFUSION PARA POSICIONAR Y PROMOCIONAR AL CANTÓN GUACHAPALA



Las estrategias son acciones encaminadas a un fin común, en este caso, a cumplir los objetivos planteados. Para ello, es necesaria la inclusión de los actores locales, razón por la cual se revisará minuciosamente cada elemento que forma parte del sistema turístico, y se empezará por definir el mismo e identificar cada una de las partes que lo integran.

Según Boullón (2006) el sistema turístico está conformado por varios componentes, mismos que han dado origen a distintos modelos analíticos. Al primero se lo denomina como oferta-demanda, el cual centra su interés en el funcionamiento del llamado turismo comercial; el antropológico social es un modelo que se ocupa de las manifestaciones del ocio y del tiempo libre en las distintas sociedades y analiza las repercusiones en las conductas individuales y colectivas; y, el modelo de turismo industrial se interesa por la producción masiva, la comercialización y el lucro.

A continuación, se detallará el sistema turístico con base en el modelo de oferta-demanda, puesto que integran a todos los factores.

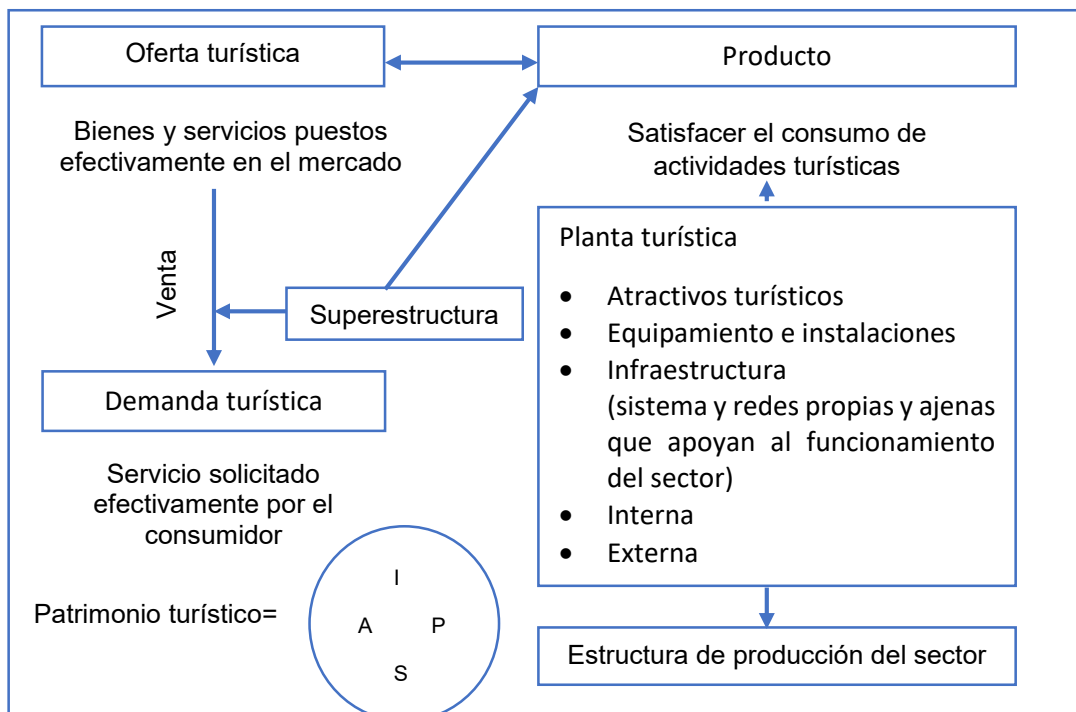


Ilustración 5. Funcionamiento del sistema turístico

Nota. Adaptado de Planificación del espacio Turístico por Roberto Boullón, 2006. Trillas.



El punto de partida se origina en el encuentro de la oferta y la demanda turística, mediante un proceso de venta del llamado producto que, junto a la infraestructura, conforman la estructura de producción del sector. En el centro, se encuentra la superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el comportamiento e interrelación de las partes.

El plan de marketing turístico propuesto para el cantón Guachapala, pretende integrar a todos los elementos del sistema turístico, razón por la cual en el primer capítulo se realizó la descripción de los datos generales, antecedentes turísticos, análisis FODA y el presupuesto turístico del cantón; en el capítulo dos, se estudió de manera detallada la infraestructura, la oferta turística (planta turística y atractivos) y la demanda (perfil del turista actual y potencial).

En el presente capítulo, se establecerán estrategias de posicionamiento y promoción del cantón Guachapala, a través de la integración de atractivos turísticos del sector público y privado con los diferentes emprendimientos, para crear un producto turístico que permita obtener réditos económicos, mediante la búsqueda de plazas y canales de distribución para su comercialización. En este sentido, la colaboración de las autoridades juega un papel determinante para la ejecución de dichas acciones.

De esta manera, se consolida la fusión de todos los elementos del sistema turístico.

3.1 PRODUCTO

Para Bigne, Font y Andreu (2000), los destinos son combinaciones de servicios e infraestructura turística (alojamiento, transporte, restauración, entretenimiento, etc.); así como de recursos públicos (paisajes, lagos, ambiente, etc.). Todos estos elementos se agrupan en una marca paraguas bajo el nombre del destino y su integración conlleva a que el producto turístico sea subjetivo y dependa en gran medida de su imagen y expectativas del lugar.

Para establecer un producto que permita vender al cantón en el campo turístico, es necesaria la creación de la marca que represente a Guachapala, cuyo objetivo principal sea convertirse en un *top of mind* entre los visitantes y posicionar al cantón como un destino turístico sostenible y sustentable en el tiempo, así



también construir rutas para diversificar la oferta, que en la actualidad se basa en la visita individual de cada atractivo.

3.1.1 Creación de la marca

Como expresa Chadeaud (1987), la construcción de la imagen debe estar basada esencialmente en la percepción de la población, debido a que las personas se sienten identificadas con ciertos elementos representativos, en especial con la naturaleza.

Por lo expuesto, para crear la marca turística del cantón Guachapala, se consideraron aspectos importantes como: resultados de las encuestas aplicadas a los turistas reales y potenciales, opinión de la comunidad y autoridades locales.

De la misma manera, se aplicó la psicología del color, puesto que, cada persona reacciona de manera particular y se ve reflejado su estado emocional a través del uso de colores. Se ha podido comprobar, por investigaciones en el área de marketing, que el color afecta de manera notoria en los hábitos de compra de las personas.

3.1.1.1 Propuestas de marca

Para la creación de la marca turística que represente al cantón Guachapala, y en base a la afirmación de Chadeaud, se consideró necesario conocer la percepción que tiene la comunidad receptora sobre desarrollo turístico, para ello se elaboró una pregunta por redes sociales (Facebook y WhatsApp): ¿Qué elemento cree usted que representa al cantón Guachapala?.

Con las respuestas obtenidas de los habitantes del cantón, se pudo deducir que las personas observan a la imagen del Señor de los Milagros de Andacocha, a la Iglesia Central y al parque acuático como símbolos que provocan un sentimiento de identidad y pertenencia. Estos elementos han sido, incluso, plasmados en las artes.

Descripción de colores:

Según Singh (2006), los colores tienen un efecto en la memoria de los consumidores haciéndoles recordar las marcas. La importancia que se da al color tiene relación con el reconocimiento y comprensión de la fuerte carga



emocional que provoca en los clientes, impulsando una respuesta casi inmediata al empaque más que a la descripción del producto o a las imágenes. Son los colores, los que impulsan a adquirir ciertas marcas.

A continuación, se presenta la descripción de los colores que han sido considerados para la propuesta de marca del destino Guachapala.

- Color azul: despierta confianza, simboliza lealtad, armonía, fidelidad, seriedad y verdad, paz y frescura.
- Color verde: contempla sensaciones de serenidad y armonía, asociado a la naturaleza, medio ambiente, calma y libertad.
- Color dorado: transmite felicidad, alegría, viveza.



Ilustración 6. Propuesta de la marca, opción 1

Nota. Elaboración propia



Ilustración 7. Propuesta de la marca, opción 2

Nota. Elaboración propia



Ilustración 8. Propuesta de la marca, opción 3

Nota. Elaboración propia



Ilustración 9. Propuesta de la marca, opción 4

Nota. Elaboración propia



Ilustración 10 Propuesta de la marca, opción 5

Nota. Elaboración propia



3.1.1.2 Selección de marca

La marca se eligió por medio de una encuesta digital, utilizando la herramienta Google Formularios, cuya muestra utilizada fue de cien personas, quienes habitan en el cantón, la selección de los participantes fue aleatoria.

En el cuestionario se plantearon dos preguntas: la primera pregunta consistió en escoger la imagen que identifique al cantón Guachapala, siendo establecida la respuesta de forma obligatoria; y, con la segunda pregunta, se pretendía conocer la opinión y sugerencias sobre la marca elegida; por lo tanto, la respuesta se generó de manera opcional.

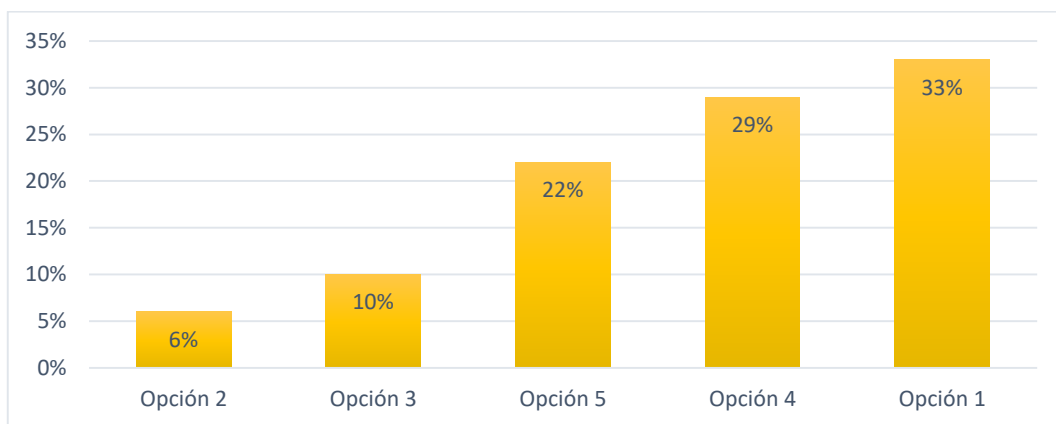


Figura 78. Preferencia de imagen con la que se siente identificada la población local

Nota. Elaboración propia











Los resultados de la figura 76 muestran que el 33% de los participantes se identificó con la opción 1, debido a que en la ilustración se puede admirar la Iglesia Central, la imagen del Señor de Andacocha y simbología del parque acuático, habiéndose considerado a la combinación de colores y distribución de espacios, como factores determinantes para su elección.

Lo contrario sucedió con la opción 2 que, a pesar de presentar íconos similares; sin embargo, el uso del color y la distribución de espacios, no convenció a los encuestados, lo cual se manifiesta tan solo en el 6% del total de la muestra.



Tabla 12

Opiniones y/o sugerencias sobre la marca turística

OPCIONES		OPINIÓN /SUGERENCIAS
Opción 1		• El color debería ser más claro en la representación de la imagen.
		• Elijo esta opción por la primera impresión que resalta la imagen del Señor de los Milagros de Andacocha, con la cual representa a Guachapala y es reconocida a nivel nacional e internacional.
		• Se debería poner la iglesia de Andacocha y el parque acuático.
Opción 2		• Agregar algo de paisaje de fondo para que la temática no sea solo religiosa.
Opción 3		• Sin comentarios
Opción 4		• Está bien la imagen del logotipo, pero debería tener más color, eso le daría vida.
		• Agregar un fondo con montañas, ya que estamos rodeados de colinas.
Opción 5		• Agregar un fondo para que se resalten las imágenes.
		• No me gusta el símbolo de oro, se ve muy religioso.
		• El logotipo representa la parte turística y religiosa del cantón, lo que nos identifica principalmente.

Nota. Elaboración propia

Sobre el 9% de encuestados que decidió aportar con sus comentarios, como se evidencia en la tabla expuesta anteriormente, se reflejan opiniones y sugerencias para la elaboración de la marca final.

Con relación a la diferencia de personas consultadas, quienes no aportaron con su punto de vista en el cuestionario, expresaron su agrado por los diseños presentados, con mensajes personales por interno en las redes sociales.

3.1.1.3 Elección de la marca final

Como resultado de la encuesta planteada y una vez realizados los cambios sugeridos, la marca del destino queda definida como se muestra a continuación:



Ilustración 11. Marca del destino

Nota. Elaboración propia

Descripción de elementos

En la ilustración se aprecian los siguientes componentes:

- Montañas y flor, representan el entorno natural del cantón Guachapala.
- Iglesia La Inmaculada e Imagen del Señor de Andacocha, expresan la religiosidad del pueblo.
- Olas, simboliza al parque acuático, atractivo que ha permitido la diversificación de la oferta turística.

En la propuesta de marca que representaría turísticamente al cantón Guachapala, se integran todos los elementos con los que se sienten identificados los turistas y la población local.

Descripción de slogan Encanto y Tradición.

- Encanto, enmarca el apego que genera el entorno natural.
- Tradición, Guachapala aún conserva expresiones culturales que, con el paso de los años, no se han perdido, como es el caso de los denominados “Viejitos de la Fiesta”, que cada tercera semana de noviembre bailan al ritmo de la banda del pueblo junto a la imagen del Señor de Guachapala.



El slogan ha sido utilizado por aproximadamente 10 años, y se ha logrado posicionar en la mente de los turistas y en la población receptora. En la actualidad es muy difícil lograr acciones como ésta, razón por la cual se optó por conservar dicha frase para el presente plan de promoción.

3.1.2 Rutas turísticas

La creación de rutas turísticas, permite ofrecer al visitante variedad de actividades que se pueden realizar dentro del cantón Guachapala. Por ello, se pretende elaborar dichas rutas, a partir de la integración y trabajo conjunto de los sectores público y privado, así como también de emprendimientos y productos elaborados por la población local, con la finalidad de fortalecer la dinamización de la economía.

Los atractivos para realizar las rutas se determinaron, a partir de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas en el capítulo anterior.

Las rutas turísticas están enfocadas en un target de mercado con rango de edades entre 18 a 44 años, cuyo nivel de gasto es igual o superior a los \$ 50 dólares.

Por otro lado, los nombres de las rutas turísticas se componen del nombre del cantón, más una característica traducida en lenguas antiguas, ya que la historia cuenta que en la antigüedad existieron asentamientos aymaras y quechuas. Es así que, Kuisita está en lengua Aymara, cuyo significado es felicidad, a su vez el color del afiche es un tono amarillo, que denota el mismo sentimiento; Awsay proviene del quechua que traducido al español significa diversión, de igual manera el color gris representa dicha acción; y, por último, la tercera ruta denominada Guachapala Encanto, expresa el apego a la naturaleza y la conexión que se puede generar, está representada con el color verde que expresa la armonía y medio ambiente.



GUACHAPALA

RUTA TURÍSTICA 1.



GUACHAPALA KUSISITA

Itinerario

10:00 Visita al Jardín Botánico Huertos La Macarena.



Fotografía: Propia

Usted podrá disfrutar de la naturaleza, observar alrededor de 200 especies de árboles provenientes de la Región Litoral, Andina y Amazónica; y, especies de otros países, diversidad de orquídeas, también podrá degustar del licor fabricado en este lugar.

12:00 Almuerzo en el restaurante Reina del Cisne.

13:30 Visita al Santuario de Andacocha.

El Santuario de Andacocha es el primer atractivo del cantón, la historia de este lugar data de 1957. Usted podrá visitar el Santuario principal, el Santuario ecológico, además realizar la compra de artesanías.



Fotografía: Municipio de Guachapala

15:00 Visita al Parque Acuático.



Fotografía: Parque Acuático Guachapala

Usted podrá disfrutar de cómodas instalaciones, en compañía de su familia. El complejo cuenta con saunas, baños de cajón, zona de snorkel, hidromasaje, toboganes, piscinas aéreas, piscina infantil y piscina con olas artificiales, péndulo gigante y cascadas.

17:00 Degustación de cerveza artesanal.

Bendita Crafft Beer es un proyecto con visión a largo plazo, cuyo fin es la creación de una micro empresa que producirá cerveza artesanal, utilizando malta de cebada, malta de trigo, lúpulo, agua y levadura. Actualmente se elaboran 4 tipos de cerveza:

1. American Pale Ale cerveza con cedrón 5,4% de alcohol.
2. Oatmeal Stout cerveza negra con avena.
3. Session Ipa, 4% de alcohol, ideal para las personas que les gusta el lúpulo.
4. Red Ale, sabor a granos y galleta, 5,4% de alcohol.



Fotografía: Bendita Cerveza Artesanal

18:30 Retorno a la ciudad.

Guachapala Kuisita incluye:

- Transporte desde y hasta la ciudad de origen.
- Transporte interno.
- Guía turístico.
- Almuerzo.

Guachapala Kuisita no incluye:

- Bebidas y alimentos no especificados.
- Propinas.

Nota: el acceso al Santuario de Andacocha se lo realizará en vehículo por la vía de pavimento que conecta al caserío con el centro cantonal. También se lo podrá hacer a través del "Camino del Peregrino"; sin embargo, si se opta por esta actividad, el itinerario deberá ser modificado.

Croquis de la ruta:

Elaboración: Cinthya Juca



GUACHAPALA

RUTA TURÍSTICA 2.



GUACHAPALA AWSAY



Itinerario

10:00 Visita al Jardín Botánico Huertos La Macarena.



Fotografía: Propia

Usted podrá disfrutar de la naturaleza, observar alrededor de 200 especies de árboles provenientes de la Región Litoral, Andina y Amazónica; y, especies de otros países, diversidad de orquídeas, también podrá degustar del licor fabricado en este lugar.

12:00 Almuerzo en el restaurante La Delicia.

13:30 Visita al Santuario de Andacocha.

El Santuario de Andacocha es el primer atractivo del cantón, la historia de este lugar data de 1957. Usted podrá visitar el Santuario principal, el Santuario ecológico, además realizar la compra de artesanías.



Fotografía: Municipio de Guachapala

15:00 Visita al Parque Extremo Yubar Park.



Fotografía: Yubar Park

Este atractivo natural se encuentra a 2.838 msnm., la colina ofrece una vista única de varios kilómetros a la redonda de valles, cerros, poblados y ríos. Yubar Park presenta un amplia oferta entre ellos esta la práctica de deportes extremos, juegos para niños, trail, avistamiento de fauna nativa, entre otras actividades; y, espacios para realizar parrilladas y camping.

17:00 Degustación de cerveza artesanal.

Bendita Crafft Beer es un proyecto con visión a largo plazo, cuyo fin es la creación de una micro empresa que producirá cerveza artesanal, utilizando malta de cebada, malta de trigo, lúpulo, agua y levadura. Actualmente se elaboran 4 tipos de cerveza:

1. American Pale Ale cerveza con cedrón 5,4% de alcohol.
2. Oatmeal Stout cerveza negra con avena.
3. Session Ipa, 4% de alcohol, ideal para las personas que les gusta el lúpulo.
4. Red Ale, sabor a granos y galleta, 5,4% de alcohol.



Fotografía: Bendita Cerveza Artesanal

18:30 Retorno a la ciudad.

Guachapala Awsay incluye:

- Transporte desde y hasta la ciudad de origen.
- Transporte interno.
- Guía turístico.
- Almuerzo.

Guachapala Awsay no incluye:

- Bebidas y alimentos no especificadas.
- Propinas

Nota: el acceso al Santuario de Andacocha se lo realizará en vehículo por la vía de pavimento que conecta al caserío con el centro cantonal. También se lo podrá hacer a través del "Camino del Peregrino"; sin embargo, si se opta por esta actividad, el itinerario deberá ser modificado.

Croquis de la ruta:



Elaboración: Cinthya Juca



GUACHAPALA

RUTA TURÍSTICA 3.



GUACHAPALA ENCANTO

Itinerario

DÍA 1

10:00 Visita al jardín Botánico Huertos La Macarena.



Fotografía: Propia

Usted podrá disfrutar de la naturaleza, observar alrededor de 200 especies de árboles provenientes de la Región Litoral, Andina y Amazónica; y, especies de otros países, diversidad de orquídeas, también podrá degustar del licor fabricado en este lugar.

12:00 Almuerzo en el restaurante Reina del Cisne.

13:30 Visita al Santuario de Andacocha.

El Santuario de Andacocha es el primer atractivo del cantón, la historia de este lugar data de 1957. Usted podrá visitar el Santuario principal, el Santuario ecológico, además realizar la compra de artesanías.



Fotografía: Municipio de Guachapala

15:00 Visita al parque extremo Yubar Park.



Fotografía: Yubar Park

Este atractivo natural se encuentra a 2.838 msnm., la colina ofrece una vista única de varios kilómetros a la redonda de valles, cerros, poblados y ríos. Yubar Park presenta una amplia oferta entre ellos esta la práctica de deportes extremos, juegos para niños, trail, avistamiento de fauna nativa, entre otras actividades; y, espacios para realizar parrilladas y camping.

17:00 Regreso al centro cantonal.

17:30 Alojamiento en el Hotel Eclipse.



18:30 Degustación de cerveza artesanal.

Bendita Crafft Beer es un proyecto con visión a largo plazo, cuyo fin es la creación de una micro empresa que producirá cerveza artesanal, utilizando malta de cebada, malta de trigo, lúpulo, agua y levadura. Actualmente se elaboran 4 tipos de cerveza:

1. American Pale Ale cerveza con cedrón 5,4% de alcohol.
2. Oatmeal Stout cerveza negra con avena.
3. Session Ipa, 4% de alcohol, ideal para las personas que les gusta el lúpulo.
4. Red Ale, sabor a granos y galleta, 5,4% de alcohol.



Fotografía: Bendita Cerveza Artesanal

20:00 Cena show en el restaurante La Delicia.

DÍA 2

08:00 Desayuno en el Restaurante Reina del Cisne.

09:30 Visita al Mirador Peña Blanca.



Fotografía: Propia

Usted podrá disfrutar de una gran vista del cantón y observar el embalse del río Paute, perteneciente a la Hidroeléctrica Mazar.

En el mirador se visualiza la palabra "GUACHAPALA", una estructura de 5 metros de largo por 30 metros de ancho, que en cada una de sus letras reúne fotografías de personajes y costumbres propias.

11:00 Visita al Parque Acuático.

Usted podrá disfrutar de cómodas instalaciones, en compañía de su familia. El complejo cuenta con saunas, baños de cajón, zona de snorkel, hidromasaje, toboganes, piscinas aéreas, piscina infantil y piscina con olas artificiales, péndulo gigante y cascadas.



Fotografía: Propia

15:00 Retorno a la ciudad.

Guachapala Encanto incluye:

- Transporte desde y hasta la ciudad de origen.
- Transporte interno.
- Guía turístico.
- Almuerzo y cena del día uno.
- Desayuno del día dos.

Guachapala Encanto no incluye:

- Bebidas y alimentos no especificados.
- Propinas.
- Almuerzo del día dos.

Nota: el acceso al Santuario de Andacocha se lo realizará en vehículo por la vía de pavimento que conecta al caserío con el centro cantonal. También se lo podrá hacer a través del "Camino del Peregrino"; sin embargo, si se opta por esta actividad, el itinerario deberá ser modificado.

Croquis de la ruta:



Elaboración: Cinthya Juca



3.2 PLAZA

Schultz y Dev (2012), en su artículo “Revisting the Marketing Mix: The Apple Store experience typifies a new vision for marketing”, encuentra relación del acrónimo SIVA, cuyo significado es Solución, Información, Valor y Acceso, con el concepto de las 4 “P’s” del marketing mix, es decir, Producto, Precio, Plaza y Promoción.

La plaza se refiere al medio de distribución o canal adecuado, por el cual, el cliente puede tener acceso a los productos o servicios que se ofrecen, a través de diferentes alternativas de comercialización. Con respecto al producto turístico, su adquisición puede darse por medio de una agencia de viajes, internet, directamente con la empresa, o cualquier otro lugar donde la información esté disponible.

Sobre el tema, Guachapala no cuenta con una operadora de turismo local para comercializar las rutas planteadas, razón por la cual, se optó por realizar esta actividad con la Red de Turismo del Azuay, que es una agrupación de varios proyectos de turismo comunitario entre ellos: Sayausí turístico, complejo de Chobsi, Nulti turismo, Miguir tarabita, Rio Blanco, Santa Ana proyecto turístico y la cascada de Girón, los cuales se encuentran dentro de los cantones Cuenca, Girón y Sígsig.

La red se encuentra operando desde diciembre de 2019, de forma directa con el GAD local ya sea parroquial o cantonal, cuya inversión proviene del sector privado.

Su principal objetivo es crear espacios de desarrollo turístico y capacitación para los actores locales, así también generar mayor progreso económico, fortaleciendo el cuidado de los recursos y su aprovechamiento responsable. La comercialización de rutas se lo hace utilizando las redes sociales, enfocado a personas de entre 25 y 50 años de edad, económicamente activas, con ingresos medio altos, donde el nivel de gasto es superior a los \$50 dólares.

Para formar parte de la red es necesario contar con un proyecto que se encuentre en fase de inicio y que permita interactuar directamente con la comunidad local.

Para Xavier Buestán (comunicación personal, 1 de mayo, 2020), coordinador de la Red de Turismo del Azuay, “Guachapala tiene recursos que le permiten establecerse como destino dentro de la provincia, establecer los roles de los diferentes actores y capacitación, entre otras cosas, harán de él un destino fuerte”.

Según Butler (1980) un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende seis etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y el declive o rejuvenecimiento. No todos los destinos experimentan todas las etapas, ya que depende de la naturaleza en la que se desarrollen.

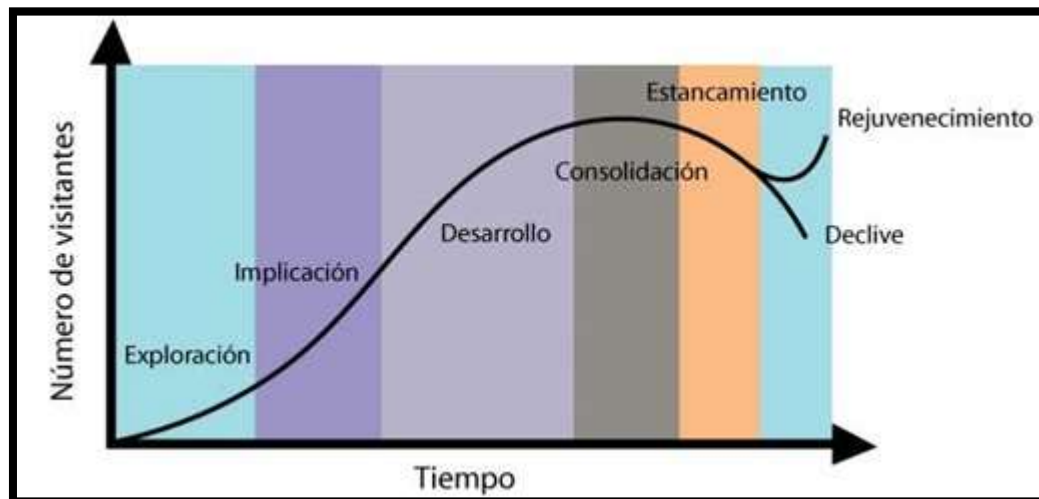


Ilustración 12. Teoría del ciclo de vida de un destino turístico

Nota. Adaptado de The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management for Resources por Butler, 1980.

Guachapala actualmente se encuentra en la etapa 2 de implicación; es decir, con la presentación de iniciativas locales, se conjuntan esfuerzos para la evolución de la planta turística del destino, además de iniciarse con la promoción, lo que trae como consecuencia que el número de visitantes se incremente. Poco a poco nacen emprendedores locales y las administraciones públicas se ven comprometidas a promover nuevas infraestructuras, básicamente relacionadas con el transporte, cuyo elemento permite la movilización de la población local y de los turistas.



3.4 PROMOCIÓN

Los avances tecnológicos han modificado considerablemente los esquemas tradicionales de distribución del turismo, dando lugar a una gran variedad de opciones que van desde el internet hasta la venta directa, pasando por el *toll free*, el telemarketing, los grandes organizadores de viajes, y los puntos de venta en los mercados (Acerenza, 2003, p. 54).

Por esta razón, se han creado páginas digitales que permitan la promoción turística del cantón; además que, en este tipo de herramientas, la evaluación de su alcance es mucho más eficaz; puesto que, la medición se puede hacer con el registro automático de visitas al sitio web.



Ilustración 13. Página web

Nota. Elaboración propia



Jardín Botánico Huertos La Macarena

Usted podrá disfrutar de la naturaleza, observe alrededor de 200 especies de árboles provenientes de la Región Litoral, Andina y Amazónica; y, especies de otros países; diversidad de orquídeas, también podrá degustar del licor fabricado en este lugar.

Parque Acuático

Usted podrá disfrutar de cómodas instalaciones, en compañía de su familia. El complejo cuenta con saunas, baños de cajón, zona de snorkel, hidromasaje, toboganes, piscinas aéreas, piscina infantil y piscina con olas artificiales, péndulo gigante y cascadas.

Parque Extremo Yubar Park se encuentra

Parque Extremo que se encuentra a 2.830 msnm, le colma cheque una vista única de varios kilómetros a la redonda de valles, cerros, poblados y ríos. Yubar Park presenta un amplia oferta entre ellos está la práctica de deportes extremos, juegos para niños, trails, avistamiento de fauna nativa, entre actividades y, espacios para realizar parrilladas y camping.

Ilustración 14. Página web

Nota. Elaboración propia

Mirador Peña Blanca

Usted podrá disfrutar de una gran vista del cantón y observar el embalse del río Paute, perteneciente a la Hidroeléctrica Matar. En el mirador se visualiza la palata "Quichapala", una estructura de 5 metros de largo por 30 metros de ancho, que en cada una de sus letras reúne fotografías de personajes y construcciones propias.

Bendito Craft Beer

Es un proyecto con visión a largo plazo, cuyo fin es la creación de una micro empresa que producirá cerveza artesanal, utilizando Malte de cebada, malte de trigo, lúpulo, agua y levadura. Actualmente se elaboran cuatro tipos de cervezas: 1. American Pale Ale, cerveza con caskón 5,4% de alcohol; 2. Oatmeal Stout, cerveza negra con avena 3. Session Ipa, 4% de alcohol, ideal para las personas que les guste el lúpulo; 4. Red Ale, sabor a granos y galletas, 5,4% de alcohol.

Santuario de Andacocha

El Santuario de Andacocha, es el primer atractivo del cantón Quichapala, su historia data de 1957. Usted podrá visitar el Santuario principal y el Santuario ecológico, además realizar la compra de artesanías.

Ilustración 15. Página web

Nota. Elaboración propia

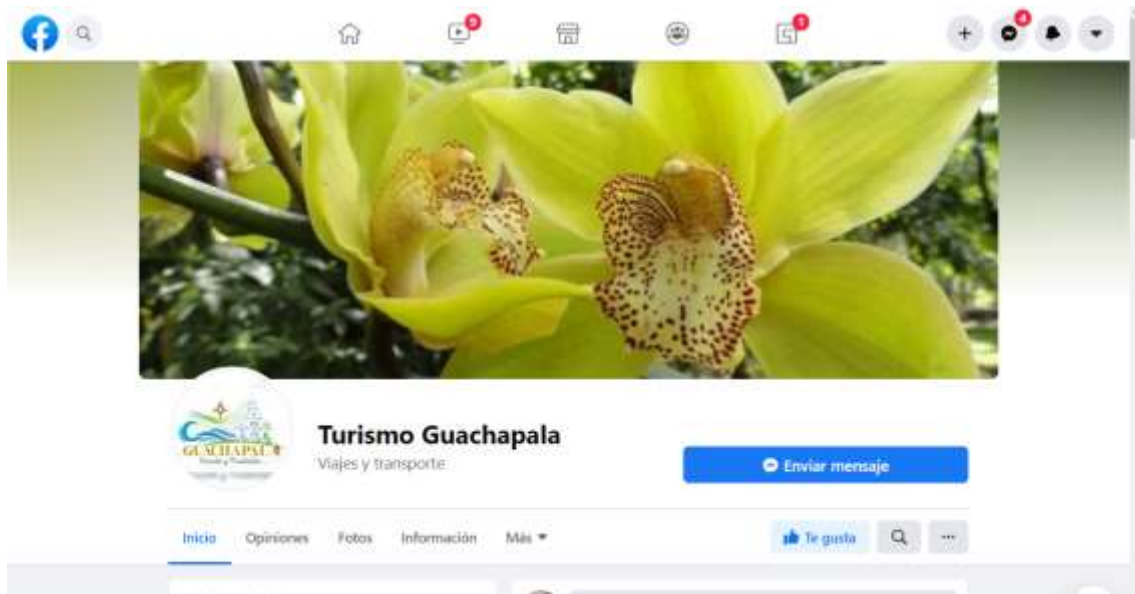


Ilustración 16. Página de Facebook

Nota: elaboración propia

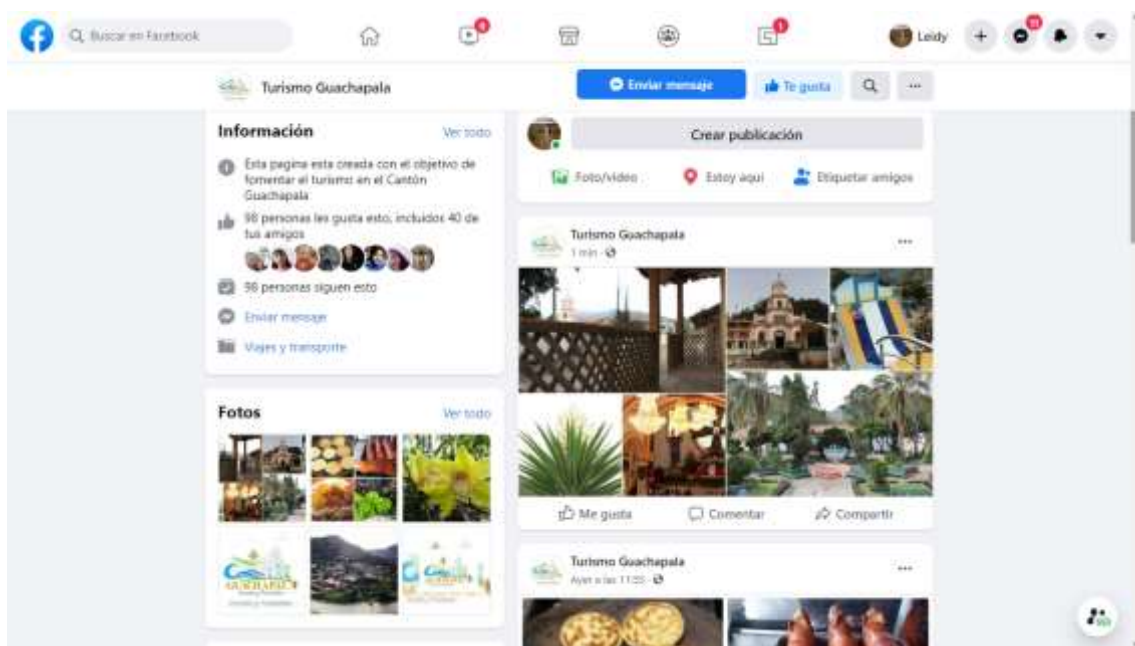


Ilustración 17. Página de Facebook

Nota. Elaboración propia

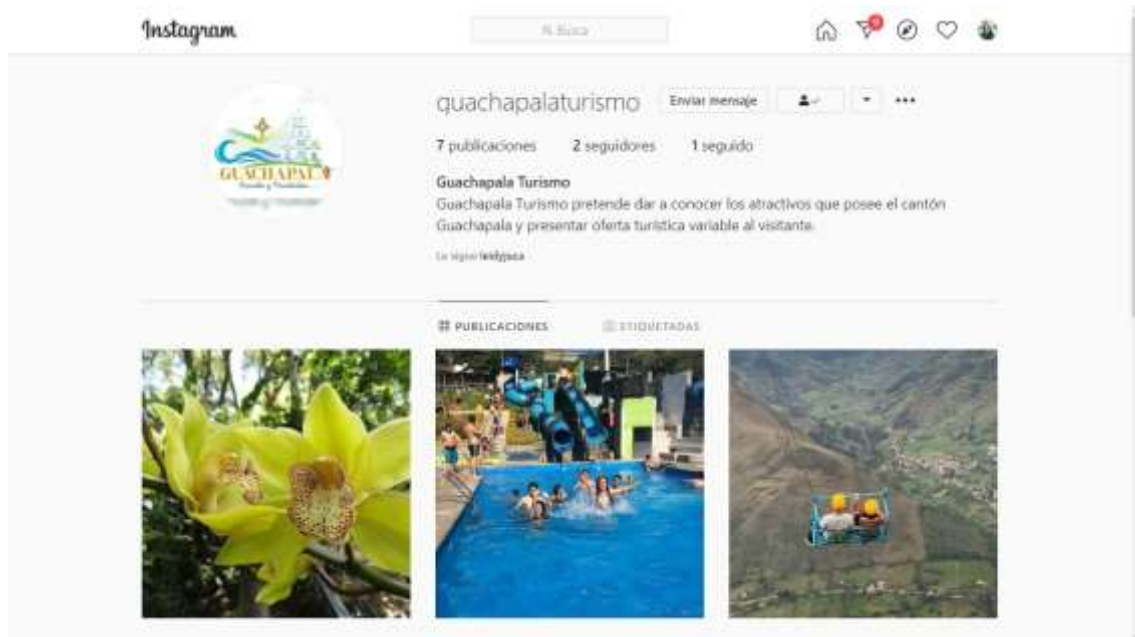


Ilustración 18. Página de instagram

Nota. Elaboración propia

3.4 PRECIO

Según, Being, Font y Andreu (2000) la fijación del precio del producto turístico local es un proceso muy complejo, en el que intervienen los distintos agentes públicos que tratan de trasladar su política al ámbito del valor monetario, desde una perspectiva global de los intereses de la sociedad y del posicionamiento deseado; y, los agentes privados, que persiguen más bien un interés particular que se centra en la obtención de rendimientos positivos. Es necesario indicar que, cuanto mayor gasto realizan los turistas, las empresas locales incrementan su rentabilidad y aumenta su beneficio económico.

En este contexto, a continuación, se detallará el costo de cada actividad y de los servicios que se utilizarán: alimentación, transporte y hospedaje. Cabe recalcar que cada atractivo que pertenece al sector privado, cuenta con el servicio de un guía profesional.

En el valor establecido para las rutas, se contempla el cobro adicional de los siguientes rubros: 2.4% correspondiente al IVA por concepto de intermediación, 20% de participación para la agencia operadora; y, en el caso de que el pago se recepte con tarjeta de crédito, se deberá considerar el 8% que las entidades financieras cobran por comisión por su uso.



Los precios están fijados con base en grupos de 15 personas, y los puntos de origen del tour son las ciudades de Cuenca y Azogues. Si el punto de partida es diferente a los ya establecidos, el transporte se tendrá que cotizar nuevamente, tomando en cuenta la distancia entre el sitio de encuentro inicial y el destino, como consecuencia, el valor de la ruta se modificará.

Con respecto al ingreso al parque acuático, la tarifa utilizada para el cálculo pertenece a la de un adulto; por lo cual, en caso de existir niños, adultos mayores y personas con discapacidad, se aplicará el valor correspondiente a dicho segmento.

Tabla 13

Precio de la ruta: Guachapala Kuisita

ITINERARIO			
HORA	ACTIVIDAD	PRECIO POR PERSONA	CONTACTO
10:00	Visita al Jardín Botánico Huertos La Macarena.	\$ 8,00	Arq. Julio Meneses 099200775
12:00	Almuerzo.	\$ 6,00	Sra. Gladis Calle 0982073441
13:30	Visita al Santuario de Andacocha.	Libre acceso	Párroco Víctor Cabrera 0991771374
15:00	Visita al Parque Acuático Guachapala.	\$ 4,00	Gad Guachapala 07 2284 196
17:00	Visita a emprendimientos.	Libre acceso	Ing. Paulo Quizhpi 0983014764
Total		\$ 18,00	
Transporte		\$ 10,00	
Precio Neto		\$ 28,00	
Comisión	20%	\$ 5,60	
IVA de intermediación	2,40%	\$ 0,67	
Pago en efectivo		\$ 34,27	
Comisión T/C	8%	\$ 2,74	
Precio Final con T/C		\$ 37,01	

Nota. Elaboración propia



Tabla 14

Precio de la ruta: Guachapala Awsay

ITINERARIO			
HORA	ACTIVIDAD	PRECIO POR PERSONA	CONTACTO
10:00	Visita al Jardín Botánico Huertos La Macarena.	\$ 8,00	Arq. Julio Meneses 099200775
12:00	Almuerzo.	\$ 6,00	Sr. Julio Caguana 0990464073
13:30	Visita al Santuario de Andacocha.	Libre acceso	Párroco Víctor Cabrera 0991771374
15:00	Visita al parque extremo Yubar Park.	\$ 20,00	0959560146 Ing. Oscar Ávila
17:00	Visita emprendimientos. a	Libre acceso	0983014764 Ing. Paulo Quizhpi
Total		\$ 34,00	
Transporte		\$ 10,00	
Precio Neto		\$ 44,00	
Comisión	20%	\$ 8,80	
IVA de intermediación	2,40%	\$ 1,06	
Pago en efectivo		\$ 53,86	
Comisión T/C	8%	\$ 4,31	
Precio Final con T/C		\$ 58,16	

Nota. Elaboración propia



Tabla 15

Precio de la ruta: Guachapala Encanto

ITINERARIO			
HORA	ACTIVIDAD	PRECIO POR PERSONA	CONTACTO
Día uno			
10:00	Visita al Jardín Botánico Huertos La Macarena.	\$ 8,00	Arq. Julio Meneses 099200775
12:00	Almuerzo.	\$ 6,00	Sra. Gladis Calle 0982073441
13:30	Visita al Santuario de Andacocha.	Libre acceso	Párroco Víctor Cabrera 0991771374
15:00	Visita al parque extremo Yubar Park.	\$ 20,00	Ing. Oscar Ávila 0959560146
17:00	Regreso al centro cantonal		
17:30	Check in y alojamiento en el Hotel Eclipse	\$ 10,00	Sra. Ligia Juca 0981857503
18:30	Visita a emprendimientos	Libre acceso	Ing. Paulo Quizhpi 0983014764
20:00	Cena-Show	\$ 15,00	Sr. Julio Caguana 0990464073
Día dos			
8:00	Desayuno	\$ 6,00	Sra. Gladis Calle 0982073441
9:30	Visita al Mirador Peña Blanca	Libre acceso	GAD Guachapala 07 2284 196
10:30	Visita al Parque Acuático Guachapala	\$ 4,00	
Total		\$ 69,00	
Transporte		\$ 15,00	
Precio Neto		\$ 84,00	
Comisión	20%	\$ 16,80	
IVA de intermediación	2,40%	\$ 2,02	
Pago en efectivo		\$ 102,82	
Comisión T/C	8%	\$ 8,23	
Precio Final con T/C		\$ 111,04	

Nota. Elaboración propia



3.4.1 Políticas de reservación, pago y cancelación

La Ley de Turismo, en el capítulo X sobre la “Protección al Consumidor de Servicios Turísticos”, en su Artículo 45 literal “d” manifiesta que habrá lugar a resarcimiento de daños y perjuicios, en el caso de que “el empresario venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio” (Ministerio de Turismo, 2014, p. 9).

Con este antecedente, se han fijado políticas de comercialización del producto, mismas que buscan beneficiar al turista, al operador y al destino.

3.4.1.1 Políticas de reservación:

Las rutas turísticas han sido diseñadas para operar con quince personas, para ello se podrá reservar:

- De forma individual o grupos de menos de quince personas, tendrán que compartir el tour con otros grupos.
- Grupos de quince personas o más, podrán disfrutar de la exclusividad del tour, debido a que los servicios no serán compartidos.

Las reservaciones se encuentran sujetas a disponibilidad, dependiendo de la temporada.

- En temporada baja, se aceptarán las reservaciones con quince días de anticipación previos a la salida.
- En temporada alta, se aceptarán reservaciones con treinta días de anticipación previos a la salida.

Para reservar el tour, se requiere un depósito inicial del 30% del valor total contratado, como garantía para bloquear los espacios; y, el saldo, deberá ser cancelado cinco días antes del viaje, en temporada baja y quince días previos a la salida, en temporada alta.

3.4.1.2 Políticas de pago

Pensando en el bienestar y comodidad del turista, se han creado alternativas en los métodos de pago, los cuales pueden ser:

- Tarjetas de crédito.



- Tarjetas de débito.
- Cheque.
- Transferencia bancaria.
- Efectivo.

Se garantiza la seguridad y confiabilidad en la información brindada por los clientes.

Los valores de las rutas turísticas creadas en el presente capítulo se muestran en dólares americanos; no obstante, en el caso de que el turista provenga del extranjero y su moneda sea diferente, el valor se convertirá al tipo de cambio vigente al momento de la transacción.

3.4.1.3 Políticas de cancelación

El término “cancelación” hace referencia a la anulación de un compromiso que ha sido suscrito con anterioridad.

La comercialización turística se enfoca en vender servicios (alojamiento, alimentación, transporte, entre otros), incluidos en un determinado producto que puede ser paquetes y/o rutas turísticas. El proceso de cancelación suele ser complejo, puesto que depende de las políticas internas de cada prestador de servicio; sin embargo, su aplicación es inevitable.

En el caso de las rutas turísticas del cantón Guachapala, las políticas de cancelación y penalidad, de igual forma, se encuentran sujetas a la temporada en la cual se adquieran los paquetes.

- En temporada baja, en caso de recibir la cancelación con cinco días de anticipación al viaje, no se reembolsará el depósito inicial; y, si el pasajero desiste del viaje 2 días antes, se cobrará una penalidad correspondiente al 60% del valor total del tour.
- En temporada alta, en caso de recibir la cancelación con quince días de anticipación al viaje, no se reembolsará el depósito inicial; y, si el turista desiste del viaje 5 días antes, se cobrará una penalidad correspondiente al 50% del valor total del tour.



Cabe aclarar que, si el pago se realizó con tarjeta de crédito y/o débito, la entidad financiera retiene valores por concepto de comisión; por lo tanto, dicho porcentaje no podrá ser reembolsado.

3.4.2 Evaluación financiera

El punto de equilibrio es la herramienta que permite realizar proyecciones y determinar el nivel de venta necesario para cubrir los costos variables y fijos que se generan en la producción de un bien o servicio. Cuando se encuentra el punto de equilibrio, la utilidad es igual a cero; es decir, no se registran ganancias ni se reportan pérdidas.

Por lo antes expuesto, se considera necesario obtener el punto de equilibrio, con la finalidad de determinar el mínimo de turistas requerido para operar las rutas con los precios establecidos.

Se identificaron los costos fijos (se mantienen sin importar el volumen de venta) y los costos variables (son directamente proporcionales al volumen de venta).

La fórmula más conocida para aplicarse es:

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

PE: punto de equilibrio

CF: costos fijos

CV: costos variables

P: precio

Con la fórmula antes expuesta, se procederá a realizar el cálculo del punto de equilibrio de cada ruta.

Ruta turística Guachapala Kuisita, cotización para 15 pax.

Datos:

- CF: \$150,00
- CV: \$18,00
- P: \$34,27



Tabla 16

Punto de equilibrio: ruta Guachapala Kuisita

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Transporte	\$150,00		\$150,00
Jardín Botánico La Macarena		\$8,00	\$8,00
Almuerzo		\$6,00	\$6,00
Parque Acuático Guachapala		\$4,00	\$4,00
Total	\$150,00	\$18,00	\$168,00

Nota. Elaboración propia

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

$$PE = \frac{150,00}{34,27 - 18,00}$$

$$PE = \frac{150,00}{16,27}$$

$$PE = 9.22$$

Figura 79. Ecuación para determinar el punto de equilibrio de la ruta Guachapala Kuisita

Nota. Elaboración propia

Se puede notar que, en esta ruta, el punto de equilibrio se alcanza a partir del pasajero número nueve, por lo que, las utilidades se verán reflejadas en el décimo pax.

Ruta turística Guachapala Awsay, cotización para 15 pax.

Datos:

- CF: \$150,00
- CV: \$34,00
- P: \$53,86



Tabla 17

Punto de equilibrio: ruta Guachapala Awsay

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Transporte	\$150,00		\$150,00
Jardín Botánico La Macarena		\$8,00	\$8,00
Almuerzo		\$6,00	\$6,00
Yubar Park		\$20,00	\$20,00
Total	\$150,00	\$34,00	\$184,00

Nota. Elaboración propia

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$
$$PE = \frac{150,00}{53,86 - 34,00}$$
$$PE = \frac{150,00}{19,86}$$
$$PE = 7,55$$

Figura 80. Ecuación para determinar el punto de equilibrio de la ruta Guachapala Awsay

Nota. Elaboración propia

El punto de equilibrio se obtiene con el octavo pax; sin embargo, para conseguir utilidades, es necesario operar con un mínimo de nueve pax.

Ruta turística Guachapala Encanto, cotización para 15 pax.

Datos:

- CF: \$230,00
- CV: \$63,00
- P: \$102,82



Tabla 18

Punto de equilibrio: ruta Guachapala Encanto

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Transporte	\$230,00		\$230,00
Jardín Botánico La Macarena		\$8,00	\$8,00
Almuerzo		\$6,00	\$6,00
Yubar Park		\$20,00	\$20,00
Hospedaje		\$10,00	\$10,00
Cena show		\$15,00	\$15,00
Desayuno		\$6,00	\$6,00
Parque Acuático Guachapala		\$4,00	\$4,00
Total	\$230,00	\$69,00	\$293,00

Nota. Elaboración propia

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

$$PE = \frac{230,00}{102,82 - 69,00}$$

$$PE = \frac{230,00}{33,82}$$

$$PE = 6,80$$

Figura 81. Ecuación para determinar el punto de equilibrio de la ruta Guachapala Encanto

Nota. Elaboración propia

Con el séptimo pax se consigue el punto de equilibrio, y los beneficios se obtendrán a partir del octavo pax.

3.5 PORTAFOLIO DE ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN

La planificación del marketing estratégico permite, desde una visión inicial de posicionamiento, evaluar y cuantificar los recursos, identificando las fortalezas y debilidades desde una perspectiva específica intentado aprovechar las oportunidades y los cambios que se han experimentado a nivel mundial, para lograr el crecimiento y desarrollo de la ciudad (Precedo, Orosa y Míguez, 2015, p.15)



Haciendo énfasis a lo antes expuesto y aplicando a nuestra realidad, conviene aclarar que, el portafolio de estrategias se elaboró a través de métodos participativos. Los encuentros se realizaron con autoridades y actores locales (prestadores de servicios), mediante sesiones en la plataforma Zoom, puesto que, la situación de crisis sanitaria generada en torno a la pandemia del COVID-19, ha impedido que las reuniones se realicen de manera presencial.

La primera reunión se llevó a cabo el día viernes 8 de mayo de 2020, con una duración de aproximadamente dos horas. Se contó con la presencia de las autoridades del cantón, asistió la Ingeniera Carmen Pesántez, Vice Alcaldesa y los Señores Patricio Calderón y Esteban Toledo, Concejales.

La segunda reunión se desarrolló con los actores turísticos, el día lunes 11 de mayo de 2020, cuya duración fue de una hora. A esta actividad asistió el Ingeniero Oscar Ávila propietario del Parque Extremo Yubar Park y la Señora Gladis Calle propietaria del restaurante Reina del Cisne.

Los asistentes manifestaron su punto de vista sobre la promoción del cantón y el manejo turístico, generándose el debate sobre los siguientes temas:

- Creación de una oficina dedicada únicamente a la gestión turística.
- Fortalecimiento de los servicios turísticos.
- Capacitación en atención al cliente y manufactura.
- Creación de ferias para exponer emprendimientos locales.
- Conformación de una mesa técnica de turismo, que permita la integración de todos los actores locales.
- Manejo de fondos para promocionar las actividades turísticas y festividades.

Con las opiniones vertidas, se formularon estrategias que incluyen características esenciales tales como su objetivo general, actividades que se llevarán a cabo, departamentos responsables y características.

A nivel nacional se han realizado muchas campañas de marketing que no han tenido el éxito esperado, puesto que, se desconoce el alcance obtenido como resultado de su aplicación. Por esta razón, cada estrategia planteada cuenta con



una actividad de evaluación que permita medir la cobertura y al final analizar el impacto que ha generado el plan de marketing propuesto.

Tabla 19

Primera estrategia

ESTRATEGIA 1 FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	
Objetivo general	Ofrecer un servicio de calidad a los turistas
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de servicios turísticos. • Socialización con los prestadores de servicios. • Capacitación en atención al cliente y normas de etiqueta. • Capacitación en manufactura. • Capacitación en finanzas y costos de producción. • Asesoramiento legal para la creación de pequeñas y medianas empresas. • Evaluación post capacitación.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	<p>Por medio de las capacitaciones, los prestadores podrán mejorar sus servicios, identificar costos de producción y conocer la utilidad que genera cada producto.</p> <p>Por otro lado, se brindará asesoría legal para la creación de PYMES, lo cual permitirá la expansión de la oferta turística y la dinamización de la economía.</p>

Nota. Elaboración propia



Tabla 20

Segunda estrategia

ESTRATEGIA 2 VIDEO PROMOCIONAL.	
Objetivo general	Crear un video promocional, que permita mostrar los atractivos que ofrece el cantón.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Vincular atractivos y emprendimientos privados, con el sector público.• Tomar fotografías de los diferentes atractivos.• Difundir el video a través de redes sociales y medios de comunicación masivos, como canales de televisión.• Evaluación del alcance de la difusión.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	El video tendrá una duración de 3 a 5 minutos, resolución FULL HD, con tomas aéreas y 20 fotografías de los atractivos.

Nota. Elaboración propia



Tabla 21

Tercera estrategia

ESTRATEGIA 3 DIFUSIÓN DE LA MARCA.	
Objetivo general	Difundir la marca turística del cantón por medio de emprendimientos.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar productos y emprendimientos que permitan la difusión de la marca.• Establecer acuerdos con productores y emprendedores.• Capacitación en temas de valor agregado para los productores y emprendedores.• Evaluación del impacto que ha generado la marca.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	<p>Se imprimirán alrededor de 1000 stickers adhesivos, mismos que se ajustarán a las características del producto.</p> <p>Las capacitaciones sobre valor agregado, permitirán que tanto productores como emprendedores, obtengan certificaciones en sus productos.</p>

Nota. Elaboración propia



Tabla 22

Cuarta estrategia

ESTRATEGIA 4 CREACIÓN DE FERIAS LOCALES.	
Objetivo general	Crear ferias locales, que permitan a los emprendedores, exponer sus productos.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar atractivos de mayor afluencia.• Establecer acuerdos con emprendedores.• Definir fechas para realizar las ferias.• Contabilizar el número de asistentes.• Evaluación trimestral del alcance que han logrado las ferias.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	Por intermedio de las ferias, se pretende dar a conocer los diferentes atractivos turísticos y productos elaborados por la población local del cantón.

Nota. Elaboración propia



Tabla 23

Quinta estrategia

ESTRATEGIA 5 PARTICIPACIÓN EN FERIAS PROVINCIALES.	
Objetivo general	Presentar al cantón Guachapala como un producto turístico en otras provincias.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las ferias de interés turístico. • Establecer acuerdos con GADs cantonales y provinciales para su oportuna participación en ferias turísticas. • Otorgar facilidades a emprendedores turísticos, con respecto a movilización y logística. • Evaluación post feria.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	Brindar un espacio de comercialización a los emprendedores turísticos y proyectar al cantón como un destino turístico.

Nota. Elaboración propia

Tabla 24

Sexta estrategia

ESTRATEGIA 6 MEJORAMIENTO DE MEDIOS DIGITALES.	
Objetivo general	Crear espacios de promoción en medios digitales.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Crear chatbots. • Establecer un presupuesto para gestión en redes sociales. • Realizar publicaciones frecuentes sobre actividades y atractivos. • Habilitar una línea única para información turística. • Evaluación del alcance de la promoción en redes sociales.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	Mediante redes sociales y páginas web, se pretende mantener información actualizada sobre la evolución del destino y de los eventos que se desarrollen en el cantón.

Nota. Elaboración propia



Tabla 25

Séptima estrategia

ESTRATEGIAS 7 CREACIÓN DE UNA MESA TÉCNICA DE TURISMO.	
Objetivo general	Crear una mesa técnica de turismo.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Establecer acuerdos con los actores turísticos.• Brindar asesorías en temas legales y políticas turísticas a los miembros de la mesa técnica.• Otorgar por parte del GAD, facilidades para la creación de la mesa técnica.• Difundir información turística básica entre los prestadores de servicios turísticos.• Evaluación del impacto.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo del GAD el cantón Guachapala.
Características	La mesa técnica de turismo tiene como finalidad, fortalecer el turismo dentro del cantón, es necesario que los prestadores de servicios formen parte de ella. De la misma manera, se pretende impartir información referente a la distancia existente entre los atractivos, actividades que se puedan desarrollar y detalles de los servicios turísticos.

Nota. Elaboración propia



Tabla 26

Octava estrategia

ESTRATEGIAS 8 OFICINA DE TURISMO	
Objetivo general	Crear una oficina de información turística.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Obtener información de atractivos del sector privado (precio, actividades, servicios dentro de las instalaciones, estado de vías de acceso, etc.)• Obtener información de servicios turísticos (precio, capacidad, ofertas, etc.)• Digitalizar la información.• Crear un mapa con la información obtenida, digitalizarlo e imprimir.• Capacitación en atención al cliente.• Evaluación semestral del alcance obtenido.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas, Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	La oficina será la encargada de dotar de información oficial a los turistas y a la población local, de esta manera se pretende evitar la difusión de noticias falsas que perjudique el turismo dentro del cantón.

Nota. Elaboración propia



Tabla 27

Novena estrategia

ESTRATEGIA 9 CIRCUITO TURÍSTICO	
Objetivo general	Buscar la cooperación de cantones vecinos para la creación de circuitos turísticos
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar a los cantones vecinos interesados en participar en la creación de circuitos turísticos.• Firmar convenios de cooperación.• Identificar atractivos de gran afluencia.• Identificar a los prestadores de servicios, que estén dispuestos a formar parte los circuitos turísticos.• Crear paquetes turísticos que permitan su comercialización.• Buscar plazas de mercado e identificar el respectivo target.• Evaluación mediante el reporte de ventas.
Responsable	Departamento de Relaciones Públicas, Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala. Departamentos de cada GAD, que estén relacionados con la gestión turística.
Características	La creación de circuitos turísticos nace como una estrategia de reactivación turística, ante la emergencia sanitaria generada por la pandemia del COVID-19. Permite la unificación de los atractivos en un mismo concepto, sobrepasando los límites territoriales.

Nota. Elaboración propia



Tabla 28

Decima estrategia

ESTRATEGIA 10 FAM TRIPS	
Objetivo general	Organizar viajes de familiarización con operadoras turísticas que se encuentran dentro de la provincia.
Actividades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar a las operadoras turísticas.• Llegar a acuerdos con los prestadores de servicios turísticos y otorgar beneficios.• Destinar presupuesto para costos operacionales.• Evaluación post viaje con la aplicación de encuestas.
Responsable	Departamento de Relaciones Publicas, Cultura y Turismo del GAD del cantón Guachapala.
Características	Los Fam Trips pretenden brindar una experiencia única y personalizada a los agentes de viajes y operadores turísticos quienes, con base en su experiencia, podrán recomendar e incluir el destino en sus paquetes o rutas turísticas.

Nota. Elaboración propia



CONCLUSIONES

Durante el periodo de realización del presente proyecto de intervención en el cantón Guachapala, se pudo constatar que el Santuario de Andacocha aún sigue despertando el interés de los turistas; sin embargo, no consideran a la religión y peregrinación como su principal motivación, sino más bien lo hacen por vacaciones, ocio y recreación.

Al momento de aplicar las encuestas para determinar el perfil del turista potencial, los participantes mostraron inquietud por conocer los atractivos pertenecientes al sector privado mencionados en este estudio, como el Parque Extremo Yubar Park y el Jardín Botánico La Macarena.

Los actores turísticos que forman parte de la oferta, requieren mayor atención, puesto que, no existen ordenanzas que regulen la actividad turística, ni beneficios que los motiven o impulsen a desarrollar sus proyectos

El cambio periódico de autoridades ha afectado al entorno turístico, debido a que no existe una continuidad en la ejecución de proyectos en este ámbito. Es el caso de la promoción turística, con la marca que representaba al cantón. Si bien es cierto, aún no se lograba un completo posicionamiento de la misma, se comenzó a generar un sentimiento de pertenencia por parte de la población local. Por esta razón, se decidió conservar el slogan en la elaboración de la propuesta.

A pesar de lo expuesto, se evidenció la predisposición de las autoridades de turno para trabajar por el crecimiento turístico del cantón, al demostrar su apertura, brindando toda la información requerida y resolviendo las diferentes inquietudes generadas a lo largo de este proceso.

La inexistencia de cifras de las visitas generadas en el cantón y en la provincia se convirtió en una limitante para elaborar el presente proyecto, razón por la cual la población utilizada en las encuestas tuvo como base la revisión de fuentes secundarias.

Finalmente, con el análisis de la situación actual del cantón, el diagnóstico de la oferta y demanda; y, el planteamiento de estrategias de difusión, con el apoyo y participación de los actores locales tanto del sector público como privado, para posicionar y promocionar a Guachapala como un destino turístico, se ha



verificado el cumplimiento de los objetivos planteados en el diseño del proyecto de titulación.



RECOMENDACIONES

Una vez concluido el “Plan de Marketing Turístico para el cantón Guachapala, 2019-2020” se recomienda:

- Que las autoridades, conjuntamente con el Departamento de Relaciones Públicas Cultura y Turismo y los prestadores de servicios, conformen la “Mesa técnica de Turismo”, iniciativa que pretende la creación de un equipo de trabajo que sume esfuerzos y comparta ideas, para lograr el tan anhelado desarrollo turístico del cantón.
- El turismo debe ir de la mano con leyes que permitan el desenvolvimiento de las actividades, no basta solo con la “Ley de Turismo” que actualmente está vigente, puesto que, en territorios pequeños ésta no se aplica. Más bien, se recomienda crear ordenanzas que busquen beneficiar al prestador de servicios, otorgándole incentivos para que los proyectos se mantengan vivos y a flote, permitiendo una mayor diversidad en la planta turística; y de esta manera, la población pueda crear productos y ofrecer servicios de calidad.
- Debe considerarse la creación de una partida presupuestaria anual que vaya destinada únicamente a la gestión del turismo como, por ejemplo: capacitaciones a prestadores de servicios, mejoramiento de atractivos, campañas de promoción turísticas, entre otras.
- Guachapala tiene atractivos turísticos que están en su fase de inicio, que requieren atención y dotación de infraestructura básica, como es el caso del Mirador Las Juntas.
- Tanto los atractivos públicos como privados deben contar con un buzón de quejas y sugerencias, los cuales necesitan de un continuo seguimiento por parte del departamento institucional responsable y de las administraciones correspondientes.
- Con respecto a la marca y los proyectos turísticos vigentes, deben mantenerse, a pesar de la transición periódica de autoridades.
- Actualmente el país y el mundo sufren las consecuencias de la crisis generada en torno a la pandemia del COVID-19, y el turismo ha sido uno de los sectores más afectados. Los destinos que movían pequeñas masas de turistas, hoy en día, corren el riesgo de desaparecer.



- Lo anteriormente expuesto, sumado a la crisis económica que atraviesa el país; y, el corto presupuesto otorgado a los gobiernos seccionales, obliga a buscar mecanismos de impulso a la actividad turística; por ello, se recomienda promover la firma de convenios interinstitucionales con cantones vecinos, para la creación de productos y servicios que, bien difundidos y promocionados, beneficien a un destino que tiene gran potencial y mucho por ofrecer como es Guachapala Encanto y Tradición.



BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. A. (2003). *Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual*. Aportes y Transferencias. Mar del Plata, Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Albornoz, V. M. (1953). *Paute: datos para su historia*. Cuenca, Ecuador: Tip. "Alianza".
- Alvarado, Valenzuela, C. G. (2020). Actualización del inventario de atractivos turísticos del cantón Guachapala con la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador. Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/33825>
- Bigne, J.E., Font, X. y Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid, España: ESIC editorial.
- Boullón, C. (2006). *Planificación del espacio turístico (4^{ta} edición)*. México D.F., México: Trillas.
- Butler, R. W. (1980). *The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management for resources*.
- Chadefefaud, M. (1987). Universidad de la Laguna. Obtenida de Los Mitos del Espacio Turístico.
- Doctv Ecuador. (Productor). (2018). *Andacocha* (Archivo de video). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=eI4BxB8ePdQ>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guachapala, (Sin fecha). *Actualización del plan de ordenamiento territorial del cantón Guachapala 2014-2027*. Guachapala, Ecuador.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guachapala y Asociación de Municipalidades del Ecuador (2019). *Estudios del componente regulatorio del plan de uso y gestión del suelo urbano de la cabecera cantonal (P.U.G.S) del cantón Guachapala; y el plan parcial de Chicty y Parig*. Guachapala Ecuador.



Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guachapala. (2014). *Informe de gestión 2009-2014. Rendición de cuentas*. Guachapala, Ecuador: Imprenta El Sol.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). *Censo población y vivienda*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Ministerio de turismo (2014). *Ley de turismo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de turismo del Ecuador, (2015). *Turismo en cifras: Geoportal de visitas internas turísticas*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Naciones Unidas, (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Madrid, España.

Precedo, A., Orosa, J. J., y Míguez, A. (2010). *Marketing de ciudades y producto ciudad: una propuesta metodológica*. Urban Public economics review.

Schultz, D. E., y Dev, C. (2012). *Revisiting the Marketing Mix: The Apple Store experience typifies a new vision for marketing*. American Marketing Association: Marketing Management Magazine.

Singh, S (2006). Impact of color on marketing. Management Decision.



ANEXOS





Anexo 1. Cédula de ingresos del parque acuático, 2014.

GAD Municipal del Cantón Guachapala		SIG-AME
AUXILIAR PRESUPUESTARIO DE INGRESOS DEVENGADO - PAGADO		
Desde :	01/01/2014	Hasta : 31/12/2014
		Página 12 de 12

Anexo 2. Cédula de gastos del parque acuático, 2014.

GAD Municipal del Cantón Guachapala		CEDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS								SIG-AME
		Desde :	01/01/2014	Hasta :	31/12/2014	Página 1 de 2				
		Tipo de Presupuesto :	6	Institución :	715	Unidad Ejecutora : 0000				
Función :	3.7.1	Denominación :	Programa 7.- Administración Parque Acuático							
Partida	Denominación	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Compromiso	Saldo por Comprometer	Devengado	Pagado	Saldo por Devengar	
7.1.01.06.02	Salarios Unificados -Parque Acuatico 50%	5,220.00	-5,220.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.1.02.03	Decimotercer Sueldo	435.00	-435.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.1.02.04	Decimocuarto Sueldo	321.20	-321.20	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.1.06.01	Aporte Patronal	634.23	-634.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.1.06.02	Fondo De Reserva	435.00	-435.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.1.07.07	Compensación Por Vacaciones No Gozadas Por Cesación De Funciones	200.00	-200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.1.99.01	Asignación A Distribuir Para Gastos En Personal De Inversión	200.00	-200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.3.01.04	Energía Eléctrica	4,800.00	-2,000.00	2,800.00	2,800.00	0.00	2,800.00	2,800.00	0.00	
7.3.02.02	Fletes Y Maniobras	0.00	1,600.00	1,600.00	1,064.84	535.16	1,064.84	1,063.58	535.16	
7.3.02.99	Otros Servicios	0.00	898.05	898.05	898.05	0.00	898.05	897.31	0.00	
7.3.04.04	Maquinarias Y Equipos	100.00	0.00	100.00	33.60	66.40	33.60	33.60	66.40	
7.3.04.06	Herramientas	10.00	0.00	10.00	0.00	10.00	0.00	0.00	10.00	
7.3.05.02	Vestuario, Lencería Y Prendas De Protección	400.00	-400.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
7.3.05.03	Combustibles Y Lubricantes	22,600.00	-2,828.00	19,772.00	18,292.05	1,479.91	18,118.80	18,119.74	1,653.40	
7.3.05.05	Materiales de Aseo	6,800.00	-898.05	5,901.95	5,780.67	121.28	5,771.96	5,771.99	129.96	
7.3.05.11	Materiales De Construcción, Eléctricos, Plomería, Carpintería Y Señalización	2,000.00	0.00	2,000.00	1,971.77	28.23	1,971.77	1,482.46	28.23	
7.3.05.13	Repuestos Y Accesorios	1,500.00	0.00	1,500.00	778.77	721.23	485.06	485.06	1,014.94	
7.3.05.99	Otros De Uso Y Consumo De Inversión	60.00	0.00	60.00	0.00	60.00	0.00	0.00	60.00	
7.3.14.03	Mobiliarios	0.00	228.00	228.00	228.00	0.00	228.00	0.00	0.00	
8.4.01.03	Mobiliarios	400.00	0.00	400.00	386.42	13.58	386.42	386.42	13.58	
Total Función :		46,115.43	-10,845.43	35,270.00	32,234.21	3,035.79	31,758.33	31,040.16	3,511.67	

Anexo 3. Cédula de ingresos del parque acuático, 2015.

GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA		SIG-AME	
AUXILIAR PRESUPUESTARIO DE INGRESOS DEVENGADO - PAGADO			
Desde :	01/01/2015	Hasta :	31/12/2015
		Página 12 de 12	
Total Devengado :	73,947.86	Total Ejecutado :	73,947.86
Total Acumulado Devengado :	73,947.86	Total Acumulado Ejecutado :	73,947.86



Anexo 4. Cédula de gastos del parque acuático, 2015.

GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA

SIG-AME

CEDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS

Desde : 01/01/2015 Hasta : 31/12/2015 Página 1 de 1

Tipo de Presupuesto : 6 Institución : 715 Unidad Ejecutora : 0000

Función : 3.7.1 Denominación : Programa 7.- Administración Parque Acuático

Partida	Denominación	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Compromiso	Saldo por Comprometer	Devengado	Pagado	Saldo por Devengar
7.3.01.04	Energía Eléctrica	2,800.00	0.00	2,800.00	2,634.33	165.67	2,634.33	2,634.33	165.67
7.3.02.02	Papas Y Manobras	1,000.00	210.00	1,210.00	1,180.15	29.85	1,180.15	1,179.96	29.85
7.3.04.04	Maquinarias Y Equipos	100.00	0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
7.3.04.06	Herramientas	100.00	0.00	100.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
7.3.06.03	Combustibles Y Lubricantes	22,000.00	-210.00	21,790.00	15,185.25	6,604.75	15,185.25	15,182.76	6,604.75
7.3.06.05	Materiales de Aseo	5,800.00	0.00	5,800.00	5,658.82	141.18	5,658.82	5,374.50	141.18
7.3.08.11	Materiales De Construcción, Eléctricos, Plomería, Carretería Y Señalización	2,300.00	0.00	2,300.00	758.48	1,541.52	758.48	134.88	1,241.52
7.3.08.13	Repuestos Y Accesorios	1,500.00	0.00	1,500.00	42.70	1,457.30	42.70	42.70	1,457.30
7.3.08.99	Otros De Uso Y Consumo De Inversión	60.00	0.00	60.00	6.00	54.00	6.00	6.75	54.00
8.4.01.02	Mobiliarios	2,000.00	0.00	2,000.00	0.00	2,000.00	0.00	0.00	2,000.00
Total Función :		37,360.00	0.00	37,360.00	25,465.73	11,894.27	25,465.73	24,354.89	11,894.27

Anexo 5. Cédula de ingresos parqué acuático, 2016.

GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA

SIG-AME

AUXILIAR PRESUPUESTARIO DE INGRESOS DEVENGADO - PAGADO

Desde : 01/01/2016 Hasta : 31/12/2016 Página 10 de 11

Total Devengado :	136,009.00	Total Ejecutado :	136,009.00
Total Acumulado Devengado :	136,009.00	Total Acumulado Ejecutado :	136,009.00

Anexo 6. Cédula de gastos del parque acuático, 2016.

GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA

SIG-AME

CEDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS

Desde : 01/01/2016 Hasta : 31/12/2016 Página 1 de 2

Tipo de Presupuesto : 6 Institución : 715 Unidad Ejecutora : 0000

Función : 3.7.1 Denominación : Programa 7.- Administración Parque Acuático

Partida	Denominación	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Compromiso	Saldo por Comprometer	Devengado	Pagado	Saldo por Devengar
7.3.01.04	Energía Eléctrica	3,000.00	3,200.00	6,200.00	4,733.78	1,466.22	4,733.78	4,733.78	1,466.22
7.3.02.02	Papas Y Manobras	1,000.00	500.00	1,500.00	1,184.43	315.57	1,184.43	1,091.01	315.57
7.3.04.04	Maquinarias Y Equipos	2,000.00	0.00	2,000.00	0.00	2,000.00	0.00	0.00	2,000.00
7.3.04.06	Herramientas	200.00	0.00	200.00	0.00	200.00	0.00	0.00	200.00
7.3.06.03	Combustibles Y Lubricantes	25,000.00	-1,000.00	24,000.00	22,706.40	1,293.60	22,706.40	21,307.51	1,293.60
7.3.06.05	Materiales de Aseo	6,000.00	0.00	6,000.00	5,525.04	474.96	5,525.04	5,525.04	474.96
7.3.08.09	Medicinas Y Productos Farmacéuticos	0.00	1,000.00	1,000.00	364.30	635.70	364.30	364.30	635.70
7.3.08.11	Materiales De Construcción, Eléctricos, Plomería, Carretería Y Señalización	2,000.00	0.00	2,000.00	2,000.00	0.00	1,999.99	1,873.17	0.01
7.3.08.13	Repuestos Y Accesorios	1,000.00	0.00	1,000.00	927.36	72.64	927.36	927.36	72.64
7.3.08.99	Otros De Uso Y Consumo De Inversión	5,000.00	0.00	5,000.00	2,377.92	2,622.08	2,377.92	2,377.92	2,622.08
8.4.01.04	Maquinarias Y Equipos	0.00	12,000.00	12,000.00	11,400.00	600.00	11,400.00	0.00	600.00
Total Función :		45,200.00	15,700.00	60,900.00	51,218.23	9,680.77	51,219.22	38,200.00	9,680.78



Anexo 7. Cédula de ingresos del parque acuático, 2017.

GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA		SIG-AME	
AUXILIAR PRESUPUESTARIO DE INGRESOS DEVENGADO - PAGADO			
Página 10 de 10			
Desde : 01/01/2017		Hasta : 31/12/2017	
Total Devengado :	111,827.38	Total Ejecutado :	111,827.38
Total Acumulado Devengado :	111,827.38	Total Acumulado Ejecutado :	111,827.38

Anexo 8. Cédula de gastos del parque acuático, 2017.

GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA		SIG-AME							
CEDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS									
Página 1 de 2									
Desde : 01/01/2017		Hasta : 31/12/2017							
Tipo de Presupuesto : 6		Institución : 715							
Unidad Ejecutora : 0000									
Función : 3.7.1	Denominación : Programa 7.- Administración Parque Acuático								
Partida	Denominación	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Compromiso	Saldo por Comprometer	Devengado	Pagado	Saldo por Devengar
7.1.01.05	Remuneraciones Unificadas	5,796.00	-5,796.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.1.01.06.02	Salarios Unificados -Parque Acuático 30%	11,592.00	-11,592.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.1.02.03	Decreto/Orden Sueldo	1,440.00	-1,440.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.1.02.04	Decreto/Orden Sueldo	1,140.00	-1,140.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.1.06.01	Aporte Patronal	2,112.65	-2,112.65	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.1.06.02	Fondo De Reserva	1,440.00	-1,440.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.3.01.04	Energía Eléctrica	5,000.00	1,094.92	6,094.92	6,093.96	0.96	6,093.96	6,093.96	0.96
7.3.02.02	Flotas Y Maquinarias	2,000.00	-921.87	1,078.13	968.48	109.65	968.48	967.74	109.65
7.3.04.04	Maquinarias Y Equipos	2,000.00	-1,943.00	57.00	57.00	0.00	57.00	57.00	0.00
7.3.04.06	Herramientas	1,000.00	-1,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7.3.04.99	Otros Instalaciones, Mantenimientos Y Reparaciones	0.00	861.80	861.80	856.80	4.80	856.80	856.80	4.80
7.3.08.02	Combustibles Y Lubricantes	25,000.00	-1,199.34	23,800.66	23,780.95	19.71	23,780.95	23,779.84	19.71
7.3.08.05	Materiales de Asoc	7,000.00	1,455.16	8,455.16	8,455.16	0.00	8,455.16	8,455.16	0.00
7.3.08.11	Materiales De Construcción, Eléctricos, Plomería, Carretería Y Sellado/Reparación	5,000.00	-521.80	4,478.20	4,385.10	93.30	4,385.10	4,371.17	93.30
7.3.08.13	Repuestos Y Accesorios	1,000.00	0.00	1,000.00	957.76	42.24	957.76	957.76	42.24
7.3.08.99	Otros De Uso Y Consumo De Inversión	1,500.00	252.66	1,752.66	1,609.87	142.79	1,609.87	1,609.87	142.79
7.3.14.03	Mobiliarios	0.00	1,621.47	1,621.47	1,621.47	0.00	1,621.47	1,609.15	0.00
7.3.14.04	Maquinarias Y Equipos	0.00	300.00	300.00	270.83	29.17	270.83	270.83	29.17
8.4.01.03	Mobiliarios	16,000.00	0.00	16,000.00	0.00	16,000.00	0.00	0.00	16,000.00
8.4.01.04	Maquinarias Y Equipos	7,000.00	0.00	7,000.00	3,266.71	3,733.29	3,266.71	3,266.71	3,733.29
Total Función :		96,038.65	-23,538.65	72,500.00	52,324.08	20,175.91	52,324.08	52,295.98	20,175.91

Anexo 9. Cédula de ingresos del parque acuático, 2018.

GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA		SIG-AME	
AUXILIAR PRESUPUESTARIO DE INGRESOS DEVENGADO - PAGADO			
Página 9 de 10			
Desde : 01/01/2018		Hasta : 31/12/2018	
Total Devengado :	106,266.88	Total Ejecutado :	106,266.88
Total Acumulado Devengado :	106,266.88	Total Acumulado Ejecutado :	106,266.88



Anexo 10. Cédula de gastos del parque acuático, 2018.



GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA

SIG-AME

CEDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS

Desde : 01/01/2018

Hasta : 31/12/2018

Página 1 de 2

Tipo de Presupuesto : 6

Institución : 715

Unidad Ejecutora : 0000

Función : 3.7.1

Denominación : Programa 7.- Administración Parque Acuático

Partida	Denominación	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Compromiso	Saldo por Comprometer	Devengado	Pagado	Saldo por Devengar
7.1.01.05	Remuneraciones Unificadas	6,143.76	-5,631.78	511.98	511.98	0.00	511.98	511.98	0.00
7.1.01.06.02	Salarios Unificados -Parque Acuatico 50%	12,287.52	5,631.78	17,919.30	17,919.30	0.00	17,919.30	17,742.38	0.00
7.1.02.03	Decimotercer Sueldo	1,535.94	97.79	1,633.73	1,633.73	0.00	1,633.73	1,633.73	0.00
7.1.02.04	Decimocuarto Sueldo	1,155.00	3.04	1,158.04	1,158.04	0.00	1,158.04	1,158.04	0.00
7.1.05.09	Horas Extraordinarias Y Suplementarias	3,000.00	-1,294.41	1,705.59	1,215.85	489.74	1,215.85	1,194.88	489.74
7.1.06.01	Aporte Patronal	2,239.40	142.29	2,381.69	2,381.69	0.00	2,381.69	2,168.11	0.00
7.1.06.02	Fondo De Reserva	1,535.94	100.73	1,636.67	1,636.67	0.00	1,636.67	1,636.67	0.00
7.3.01.04	Energía Eléctrica	4,000.00	5,050.56	9,050.56	8,997.16	53.40	8,997.16	8,997.16	53.40
7.3.02.02	Fletes Y Maniobras	1,500.00	-1,036.53	463.47	463.47	0.00	463.47	463.47	0.00
7.3.02.99	Otros Servicios	1,000.00	800.00	1,800.00	1,480.00	320.00	1,480.00	1,480.00	320.00
7.3.04.04	Maquinarias Y Equipos	3,000.00	-2,200.00	800.00	597.31	202.69	597.31	597.31	202.69
7.3.04.06	Herramientas	500.00	0.00	500.00	0.00	500.00	0.00	0.00	500.00
7.3.04.99	Otras Instalaciones, Mantenimientos Y Reparaciones	16,000.00	0.00	16,000.00	15,339.01	660.99	15,339.01	15,245.41	660.99
7.3.08.03	Combustibles Y Lubricantes	18,000.00	1,802.53	19,802.53	19,463.07	339.46	19,463.07	19,462.18	339.46
7.3.08.05	Materiales de Aseo	10,000.00	-2,000.00	8,000.00	6,870.42	1,129.58	6,870.42	6,870.42	1,129.58
7.3.08.11	Materiales De Construcción, Eléctricos, Plomería, Carpintería Y Señalización	5,000.00	-1,466.00	3,534.00	3,533.54	0.46	3,533.54	3,531.08	0.47
7.3.08.13	Repuestos Y Accesorios	2,000.00	-1,400.00	600.00	511.93	88.07	511.93	511.93	88.07
7.3.08.99	Otros De Uso Y Consumo De Inversión	1,000.00	-300.00	700.00	336.00	364.00	336.00	336.00	364.00
7.3.14.03	Mobiliarios	1,000.00	500.00	1,500.00	1,300.88	199.12	1,300.88	1,300.88	199.12
8.4.01.03	Mobiliarios	0.00	1,000.00	1,000.00	747.68	252.32	747.68	747.68	252.32
8.4.01.04	Maquinarias Y Equipos	3,500.00	200.00	3,700.00	3,665.85	34.15	3,665.85	3,665.85	34.15
Total Función :		94,397.56	0.00	94,397.56	89,763.58	4,633.98	89,763.57	89,255.16	4,633.99

Anexo 11. Cédula de Ingresos del parque acuático, enero – julio, 2019.



GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA

SIG-AME

AUXILIAR PRESUPUESTARIO DE INGRESOS DEVENGADO - PAGADO

Página 6 de 6

Desde : 01/01/2019

Hasta : 31/07/2019

Total Devengado : 97,721.49

Total Ejecutado : 97,497.89

Total Acumulado Devengado : 97,721.49

Total Acumulado Ejecutado : 97,497.89



Anexo 12. Cédula de Gatos del parque acuático, enero – julio, 2019.



GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUACHAPALA

SIG-AME

CEDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS

Desde : 01/01/2019

Hasta : 31/07/2019

Página 1 de 2

Tipo de Presupuesto : 6

Institución : 715

Unidad Ejecutora : 0000

Función : 3.7.1

Denominación : Programa 7.- Administración Parque Acuático

Partida	Denominación	Asignación Inicial	Reformas	Codificado	Compromiso	Saldo por Comprometer	Devengado	Pagado	Saldo por Devengar
7.1.01.05	Remuneraciones Unificadas	6,143.76	-100.00	6,043.76	0.00	6,043.76	0.00	0.00	6,043.76
7.1.01.06.02	Salarios Unificados Parque Acuatico 50%	12,287.52	0.00	12,287.52	10,751.58	1,535.94	10,751.58	10,374.46	1,535.94
7.1.02.03	Decimotercer Sueldo	1,535.94	0.00	1,535.94	0.00	1,535.94	0.00	0.00	1,535.94
7.1.02.04	Decimocuarto Sueldo	1,155.00	0.00	1,155.00	0.00	1,155.00	0.00	0.00	1,155.00
7.1.05.09	Horas Extraordinarias Y Suplementarias	3,000.00	0.00	3,000.00	1,054.44	1,945.56	1,054.44	1,032.66	1,945.56
7.1.06.01	Aporte Patronal	2,239.40	0.00	2,239.40	1,219.82	1,019.58	1,219.82	1,219.82	1,019.58
7.1.06.02	Fondo De Reserva	1,535.94	0.00	1,535.94	983.44	552.50	983.44	983.44	552.50
7.3.01.04	Energía Eléctrica	4,000.00	0.00	4,000.00	3,695.44	304.56	3,695.44	3,695.44	304.56
7.3.02.02	Fletes Y Maniobras	1,500.00	0.00	1,500.00	0.00	1,500.00	0.00	0.00	1,500.00
7.3.02.99	Otros Servicios	1,000.00	0.00	1,000.00	954.28	45.72	639.00	702.15	361.00
7.3.04.04	Maquinarias Y Equipos	3,000.00	0.00	3,000.00	2,730.52	269.48	2,730.52	2,620.72	269.48
7.3.04.06	Herramientas	500.00	0.00	500.00	0.00	500.00	0.00	0.00	500.00
7.3.04.99	Otras Instalaciones, Mantenimientos Y Reparaciones	16,000.00	0.00	16,000.00	392.00	15,608.00	392.00	392.00	15,608.00
7.3.08.03	Combustibles Y Lubricantes	18,000.00	0.00	18,000.00	12,016.67	5,983.33	10,975.23	10,799.88	7,024.77
7.3.08.05	Materiales de Aseo	10,000.00	0.00	10,000.00	4,527.81	5,472.19	4,507.66	4,474.01	5,492.35
7.3.08.09	Medicinas Y Productos Farmacéuticos	0.00	100.00	100.00	2.68	97.32	0.00	0.00	100.00
7.3.08.11	Materiales De Construcción, Eléctricos, Plomería, Carpintería Y Señalización	5,000.00	-760.00	4,240.00	2,854.14	1,385.86	2,849.22	2,784.28	1,390.78
7.3.08.13	Repuestos Y Accesorios	2,000.00	0.00	2,000.00	65.86	1,934.14	65.86	65.86	1,934.14
7.3.08.99	Otros De Uso Y Consumo De Inversión	1,000.00	0.00	1,000.00	209.40	790.60	209.40	209.40	790.60
7.3.14.03	Mobiliarios	1,000.00	760.00	1,760.00	1,760.00	0.00	1,760.00	1,760.00	0.00
8.4.01.04	Maquinarias Y Equipos	3,500.00	0.00	3,500.00	283.52	3,216.48	283.52	0.00	3,216.48

**Anexo 13. Cuestionario para determinar el perfil de la demanda actual.**

Universidad de Cuenca
Facultad de Ciencias de la Hospitalidad
Carrera de Turismo
Plan de Marketing Turístico del cantón Guachapala
Encuesta para determinar el Perfil del turista

Encuesta destinada a la obtención de información para la realización del Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala.

Fecha de realización de la encuesta: _____ Encuestador: _____ Numero de encuesta: _____

A. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA.**1. ¿Cómo se identifica usted?**

- Masculino
 Femenino
 Otro

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- 18-29 años
 30-44 años
 44-65 años
 Más de 65 años

3. ¿Cuál es su nacionalidad?

- Ecuatoriana _____ Ciudad _____
 Extranjera _____ País _____

4. ¿Cuál es su ocupación?

- Estudiante
 Empleado
 Empresario/emprendedor
 Profesional independiente
 Jubilado
 Ama de casa
 Sin empleo

B. INFORMACION TURÍSTICA**5. ¿Cuál es su principal motivación para viajar?**

- Ocio, recreo y vacaciones
 Visita a familiares y amigos
 Negocios y motivos profesionales
 Salud y atención médica
 Religión/peregrinaciones
 Educación y formación
 Compras
 Otro _____

6. ¿Cuál de estos atractivos ha visitado en el cantón Guachapala?

- Santuario de Andacocha
 Parque acuático
 Mirador peña Blanca
 Mirador Guachaventura
 Mirador de las Juntas
 Jardín Botánico la Macarena
 Parque extremo Yubark park
 Centro Cantonal
 Otro _____

7. ¿Este viaje lo realiza?

- Solo
 Con amigos _____
 En pareja _____

- Con familia _____

- Con un grupo organizado _____

8. De los siguientes, ¿Qué servicios utilizo en su visita al cantón Guachapala?

- Alimentación
 Alojamiento
 Transporte operación turística
 Guianza
 Otros

9. ¿Cuánto gasto durante su estadía en el cantón Guachapala?

- Menos de 50 dólares
 Más de 50 pero menos de 100 dólares
 Más de 100 dólares

10. ¿Cuál fue el medio por el que se informó sobre el cantón Guachapala?

- Agencias de viajes
 Revistas/libros
 Guías de turismo
 Reportajes/documentales
 Amigos o familiares
 Anuncios publicitarios
 Internet
 Medios masivos



11. Señale del 1 al 5 su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo 5 el más alto puntaje.

	1	2	3	4	5
El lugar está debidamente promocionado.					
Existe disponibilidad de información para planificar el viaje.					
El lugar presenta variedad de actividades turísticas.					
El lugar presenta diversidad de opciones de alojamiento.					
El servicio de alojamiento presenta limpieza y confort.					
El lugar presenta diversidad en opciones de alimentación.					
La accesibilidad al cantón es la adecuada.					
La señalización dentro del cantón permite desplazarse sin dificultad.					
La seguridad dentro del cantón es la adecuada.					
La limpieza del cantón es la correcta.					
La atención al turista es satisfactoria.					
Las instalaciones tienen son visualmente atractivas.					
La apariencia del personal de atención es la adecuada.					
La folletería sobre el cantón es atractiva.					
La información sobre el cantón en internet es útil y verdadera.					
Los servicios contratados se cumplen a tiempo y en las condiciones pactadas.					
El servicio solicitado se brinda de manera ágil.					
El personal que lo atiende le transmitió confianza.					
Los atractivos naturales son conservados.					
La comunidad local es hospitalaria.					
El precio pagado por la experiencia tiene es el adecuado.					
Existe disponibilidad de servicios y equipamiento de salud.					
Existen protocolos en caso de emergencia.					
El lugar goza de fama y reputación.					
Existen facilidades para personas con discapacidad.					
Recomendaría el lugar a sus familiares y amigos.					

**Anexo 14. Cuestionario para determinar el perfil de la demanda potencial.**

Universidad de Cuenca
Facultad de Ciencias de la Hospitalidad
Carrera de Turismo
Plan de Marketing Turístico del cantón Guachapala
Encuesta para determinar el Perfil del turista

Encuesta destinada a la obtención de información para la realización del Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala.

Fecha de realización de la encuesta: _____ Encuestador: _____ Numero de encuesta: _____

a. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA.**1. ¿Cómo se identifica usted?**

- Masculino
 Femenino
 Otro

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

- 18-29 años
 30-44 años
 44-65 años
 Más de 65 años

3. ¿Cuál es su nacionalidad?

- Ecuatoriana _____ Ciudad _____
 Extranjera _____ País _____

4. ¿Cuál es su ocupación?

- Estudiante
 Empleado
 Empresario/emprendedor
 Profesional independiente
 Jubilado
 Ama de casa
 Sin empleo

b. INFORMACION TURÍSTICA**5. ¿Cuál es su principal motivación para viajar?**

- Ocio, recreo y vacaciones
 Visita a familiares y amigos
 Negocios y motivos profesionales
 Salud y atención médica
 Religión/peregrinaciones
 Educación y formación
 Compras
 Otro _____

6. ¿Usted conoce el cantón Guachapala?

- Si
 No

7. ¿Cuál de estos atractivos le gustaría visitar en el cantón Guachapala?

- Santuario de Andacocha
 Parque acuático
 Mirador peña Blanca
 Mirador Guachaventura
 Mirador de las Juntas
 Jardín Botánico la Macarena
 Parque extremo Yubark park
 Centro Cantonal
 Otro _____

8. ¿Este viaje lo realiza?

- Solo
 Con amigos _____
 En pareja _____
 Con familia _____
 Con un grupo organizado _____

9. De los siguientes, ¿Qué servicios utilizaría en su visita al cantón Guachapala?

- Alimentación
 Alojamiento
 Transporte operación turística
 Guianza
 Otros

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en su estadía en el cantón Guachapala?

- Menos de 50 dólares
 Más de 50 pero menos de 100 dólares
 Más de 100 dólares

11. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre el cantón Guachapala?

- Agencias de viajes
 Revistas/libros
 Guías de turismo
 Reportajes/documentales



- Amigos o familiares
 Internet
 Anuncios publicitarios
 Medios masivos

12. Señale del 1 al 5 su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo 5 el más alto puntaje.

	1	2	3	4	5
El lugar debe estar debidamente promocionado.					
Debe disponibilidad de información para planificar el viaje.					
El lugar debe presentar variedad de actividades turísticas.					
El lugar debe presentar diversidad de opciones de alojamiento.					
El servicio de alojamiento debe presentar limpieza y confort.					
El lugar debe presentar diversidad en opciones de alimentación.					
La accesibilidad al cantón tiene que ser adecuada.					
La señalización dentro del cantón debe permitir desplazarse sin dificultad.					
La seguridad dentro del cantón debe ser la adecuada.					
La limpieza del cantón debe ser la correcta.					
La atención al turista debe de ser satisfactoria.					
Las instalaciones tienen que ser visualmente atractivas.					
La apariencia del personal de atención debe de ser la adecuada.					
La folletería sobre el cantón debe de ser atractiva.					
La información sobre el cantón en internet tiene que ser útil y verdadera.					
Los servicios contratados deben cumplirse a tiempo y en las condiciones pactadas.					
El servicio solicitado tiene que brindarse de manera ágil.					
El personal que lo atiende debe de transmitir confianza.					
Los atractivos naturales deben estar conservados.					
La comunidad local tiene que ser hospitalaria.					
El precio pagado por la experiencia tiene que ser el adecuado.					
Tiene que existir disponibilidad de servicios y equipamiento de salud.					
Tiene que existir protocolos en caso de emergencia.					
El lugar debe gozar de fama y reputación.					
Debe existen facilidades para personas con discapacidad.					
Recomendaría el lugar a sus familiares y amigos.					

Anexo 15. Cuestionario para determinar la marca turística.

Marca turística de Guachapala.

La presente encuesta tiene la finalidad de seleccionar la marca turística del Cantón Guachapala, de la misma manera conocer su opinión y sus sugerencias.

De las siguientes ilustraciones ¿Cuál es la imagen con la que se siente identificado/a? Seleccione una opción.



Opción 1



Opción 2



Opción 3



Opción 4



Opción 5

Si tiene alguna sugerencia por favor describa a continuación.

Tu respuesta

Muchas gracias.

Enviar

Total Acumulado
Devengado :

26.882.00

Total Acumulado
Ejecutado :

26.882.00

26.882.00



Anexo 16. Aplicación de encuestas para determinar el perfil del turista actual.



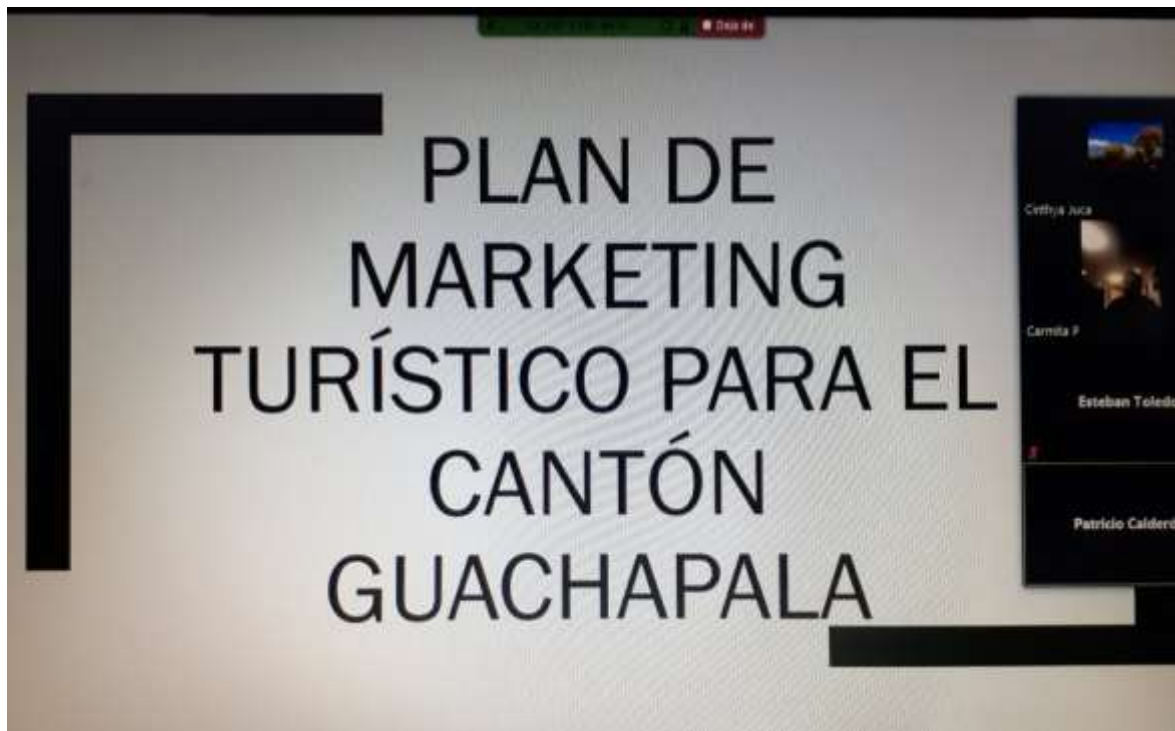


Anexo 17. Aplicación de encuestas para determinar el perfil del turista potencial.





Anexo 18. Asamblea participativa con las autoridades del cantón.



Anexo 19. Asamblea participativa con los prestadores de servicios.





Anexo 20. Diseño del trabajo de titulación.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA TURISMO

TÍTULO DEL PROYECTO:

**PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CÁNTON
GUACHAPALA 2019-2020**

**PROYECTO DE INTERVENCIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO**

LÍNEA E INVESTIGACIÓN:

**IDENTIFICACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL
COMO ATRACTIVO TURÍSTICO**

AUTOR:

CINTHYA JUCA

TUTOR:

MGT. PAULINA BARROS MORALES

CUENCA-ECUADOR



2019

Título del proyecto de intervención

Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala 2019-2020

1. Nombre del estudiante

Cinthy Verónica Juca Pezántez (cinthya.juca1111@ucuenca.edu.ec)

2. Resumen del proyecto de intervención

En el presente proyecto se plantea elaborar un plan de Marketing turístico para el cantón Guachapala, debido a la necesidad de posicionar al cantón como un lugar preferencial tanto local como de la zona frente a su competencia con cantones aledaños y otros destinos de similares características.

En el primer capítulo se determinará la situación actual del cantón Guachapala mediante el análisis de información en fuentes primarias, desarrollando reuniones con las autoridades y actores locales directamente relacionados con el desarrollo turístico; y, secundarias, a través de lo cual se podrán conocer datos generales e historia del desarrollo turístico, así como también se podrá formular un análisis FODA.

En el segundo capítulo se diagnosticará la oferta turística con el estudio de la infraestructura, planta y atractivos turísticos para poder conocer el estado de los componentes del turismo. De igual forma, se diagnosticará la demanda turística actual y potencial, mediante la aplicación de encuestas a los turistas, para conocer si los turistas están interesados en realizar turismo en el cantón Guachapala.

Finalmente, en el capítulo tres se plantearán las posibles estrategias para la promoción del cantón Guachapala con el propósito de identificar plaza, precio, producto y promoción y canales de difusión, tanto tradicionales como digitales.



3. Planteamiento del proyecto de intervención

La diversificación, la diferenciación y la amplitud de la oferta explorable; la apertura de nuevos mercados y su variación (tomando en cuenta mercados no tradicionales y alternativos); el aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas de gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en los distintos espacios de diálogo (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

Guachapala posee varios atractivos culturales, naturales y de recreación, sin embargo, la primera manifestación de turismo cultural religioso se dio hace 50 años atrás cuando se encontró la imagen del Señor de Andacocha. Desde entonces, miles de feligreses acuden al santuario de Andacocha, convirtiéndolo en el principal atractivo del cantón, ya que en el mes de septiembre se reciben alrededor de 20.000 visitantes; los fines de semanas, en vacaciones y en feriados concurren de 1.000 a 1.500 personas; de lunes a viernes las visitas son reducidas, alrededor de unas 300 personas en los 5 días. Esto representa una importante fuente de ingresos para las familias que habitan en la zona.

Por casi 9 años se han generado estrategias en el campo turístico y el incremento de los atractivos turísticos ha diversificado la oferta turística. De éstos, los más representativos y que actualmente presentan más auge y despiertan interés en conocer son el Parque Acuático y el mirador Peña Blanca.

Del correcto uso de estos atractivos turísticos, se esperan grandes réditos económicos que mejorarán la calidad de vida de los habitantes del cantón.

A pesar de todo este gran potencial para el turismo, el cantón Guachapala no cuenta con estrategias de promoción y es por esta razón que se decide realizar un plan de Marketing turístico con el fin de posicionar al cantón Guachapala como un destino turístico tanto a nivel local, zonal y en un futuro a nivel nacional. El plan de Marketing busca contribuir y mejorar el manejo de las actividades turísticas y de los recursos turísticos que son administrados por el Gad Municipal del cantón.



4. Revisión bibliográfica

Para el desarrollo de la propuesta de intervención se realizó la revisión bibliográfica con respecto a la información necesaria para el desarrollo del tema, se hace énfasis en textos relacionados con marketing, promoción y publicidad.

Para el análisis de la información general del cantón Guachapala se optará por utilizar el *Plan de Desarrollo y el Ordenamiento Territorial del cantón Guachapala*, cuyo autor es el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón es el que realiza y actualiza el plan, aquí se puede encontrar información sobre las generalidades del cantón, el componente cultural, biofísico, económico, el estado de los servicios básicos, de la educación y salud, fuentes hídricas y protección del medioambiente, así mismo se utiliza el PDyOT del cantón para el análisis de la actividad turística, ya que en el documento se detalla de manera clara el desarrollo de esta actividad como factor de desarrollo económico y cultural.

Para entender la administración de los atractivos turísticos por parte de la entidad pública, se analizará el *Código Orgánico de Ordenamiento Territorial y Autonomía Descentralizada*, para conocer la descentralización de funciones vinculadas con el turismo de parte del gobierno central a los diferentes niveles de gobierno, también se analizará el *Plan Nacional de Desarrollo para el 2017-2021: Toda una Vida*, de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

Por otro lado, es de suma importancia la revisión de la tesis de pregrado de Andrea Estefanía Zúñiga Ortega denominada *Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Guachapala*, para comprender el comportamiento de la demanda y la oferta.

A su vez se utilizará la *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos* del Ministerio de Turismo para comprender en un contexto más técnico el comportamiento de los atractivos turísticos.

Para el desarrollo de las estrategias de promoción y publicidad, se analizarán libros de Philip Kotler como: *Fundamentos de Marketing (8ª edición)*, *Marketing internacional de lugares y destinos: estrategias para la atracción de clientes y*



negocios en Latinoamérica y Marketing turístico (5ª edición), estos libros nos brindan información relevante sobre el papel del marketing en el posicionamiento de un lugar.

Además se revisará el libro de William J. Stanton, Michael J. Etzel y Bruce J. Walker denominado *Fundamentos de Marketing, decimocuarta edición*, el cual aportará con información sobre la segmentación del mercado, así mismo Enrique Bigne, Xavier Font y Luisa Andreu, *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*, aportarán de manera significativa a la construcción de estrategias de promoción y difusión.

Roberto Boullón, con su libro, *Marketing turístico: una perspectiva desde la planificación (3ª edición)*, nos ayudará a entender el ámbito de acción del marketing dentro del desarrollo de un destino.

Como insumo importante, la información obtenida gracias a reuniones no estructuradas con los actores locales que tienen relación directa con el turismo, como son las personas que laboran en los mercados y los choferes del servicio de camionetas y dueños de restaurantes para conocer la perspectiva frente al desarrollo turístico que ha sufrido el cantón.

Por último, se entrevistará al Lcdo. Martín Morocho, Director del Departamento de Cultura, Relaciones Públicas y Turismo, al Ing. Francisco Luzuriaga, Alcalde del cantón y a los concejales para conocer cuál es el presupuesto que se destina para la actividad turística y para la promoción y publicidad del cantón como destino turístico; de esta manera, se espera con la colaboración de la entidad pública, poder formar estrategias que permitan el pleno desarrollo del tema turístico en el cantón.

5. Objetivos, metas, transferencia de resultados e impactos

Objetivo general

Desarrollar un Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala 2019 - 2020.



Objetivos específicos

1. Analizar la situación actual del cantón Guachapala.
2. Diagnosticar la oferta y la demanda turística del cantón Guachapala.
3. Plantear estrategias de difusión para posicionar y promocionar al cantón Guachapala.

Meta

Realizar el plan de Marketing turístico para el cantón Guachapala, enfocado a la empresa pública para contribuir al desarrollo de las actividades turísticas y posteriormente al desarrollo de la población local.

Transferencia y difusión de resultados

El plan de Marketing será socializado con las autoridades del cantón Guachapala para su difusión, además de presentar una copia física y digital en el Repositorio Institucional de la Universidad de Cuenca para su utilización en futuros trabajos educativos e investigaciones en general.

Impactos

La posterior implementación del plan de Marketing Turístico por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guachapala, tendrá un impacto económico debido al incremento de plazas de trabajo generadas por la llegada de turistas con la participación de la población local, a su vez tendrá un impacto sociocultural, ya que con la llegada de turistas se produce un cruce de manifestaciones culturales y por ende se puede llegar a dar un manifiesto de aculturación.

6. Técnicas de trabajo

En la realización del Plan de Marketing Turístico orientado a la Empresa Pública para el cantón Guachapala se utilizarán técnicas cuantitativas y cualitativas que serán aplicadas para el desarrollo y consecución de cada uno de los objetivos planteados en el proyecto.



Para determinar la situación actual del cantón Guachapala, se obtendrá la información de fuentes primarias como reuniones con las autoridades en las diferentes visitas de campo y con fuentes secundarias bibliográficas como revisión del plan de ordenamiento territorial, revistas, libros, entre otros, con el análisis de las fuentes primarias y secundarias se podrá formular un análisis FODA y un análisis económico para entender la situación de presupuesto turísticos, estos antecedentes nos ayudará en el planteamiento de estrategias en el capítulo tres.

Para diagnosticar la oferta se realizará un estudio de la infraestructura, planta y atractivos turísticos que posee el cantón Guachapala, mediante técnicas cuantitativas (número de establecimientos, precios de los productos ofertados) y cualitativa (características que cada uno posee, localización, calidad de los productos, uso de tecnología dentro del establecimiento, las experiencias que han tenido y los planes de expansión).

La técnica para la recopilación de información acerca de la demanda para el plan de Marketing turístico se determinará mediante un enfoque cuantitativo con la aplicación de encuestas, con preguntas cerradas.

Para el establecimiento de estrategias de difusión promocionales, también se utilizará el análisis de información primaria y secundaria, además del método de observación.

7. Bibliografía

Acerenza, M. Á. (2004). *Marketing de destinos turísticos*. México: Trillas.

American Marketing Association. (2007). *Definition of marketing*. Recuperado de <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>

Bigné, J.E., Font, X. y Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Boullón, R. (2009). *Marketing Turístico: una perspectiva desde la planificación (3ª edición)*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Turísticas.



Código Orgánico de Ordenamiento Territorial y Autonomía Descentralizada. (19 de octubre de 2010). Recuperado de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf

Cubillo, J. y Cerviño, J. (2008). *Marketing sectorial*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Editorial Vértice. (2007). *Marketing turístico*. Barcelona, España: Editorial Vértice.

Ejarque, J. (2016). *Marketing y gestión de destinos turísticos*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Guachapala. (2014). *Plan de ordenamiento territorial del cantón Guachapala, octubre del 2014*. Guachapala, Ecuador.

Guerrero, P., y Ramos J. (2014). *Introducción al turismo*. México: Grupo Editorial Patria.

Hoyos Ballesteros, R. (2016). *Plan de marketing: diseño, implementación y control*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del Marketing (8ª edición)*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., et al. (2007). *Marketing internacional de lugares y destinos: estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., et al. (2011). *Marketing turístico (5ª edición)*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). (1ra Parte). *Guía metodológica para jerarquización de atractivos, 2017*, 21.

Secretaría Nacional de planificación y desarrollo. (2017). *Plan nacional de desarrollo para 2017-2021. Toda una vida*. Quito, Ecuador: SEMPLADES.

Sinclair, P., y García, C. D. (2016). *Marketing turístico (2ª edición)*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, SA.



Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B.(2007). *Fundamentos de marketing. (14^a edición)*. Mexico D.F. Mexico. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Talaya, Á. (2013). *Fundamentos de marketing*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Zúñiga Ortega, A. E. (2016). *Plan de desarrollo turístico del cantón Guachapala*. Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23459/1/TESIS.pdf>

8. Talento humano

Plan de Marketing Turístico Orientado para el Cantón Guachapala 2019-2020

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	4 horas / semana / 12 meses	600,00
Estudiante	20 horas / semana / 12 meses	787,20
Total		1387,20

Fuente: Manual para trabajos de titulación
Autor: Cinthya Juca

9. Recursos materiales

Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala 2019-2020

Cantidad	Rubro	Valor \$
1	Resma de papel bond A4 (500)	4,00
1	Cartuchos de tinta	26,00
2	Esferos gráficos	1,00
4	Carpetas	1,00
1	Memoria USB	15,00
3	Anillados	15,00
1	Servicio de internet (12 meses)	240,00
1	Cuaderno	1,00
	Imprevistos	100,00
Total		388,00

Fuente: Manual para trabajos de titulación
Autor: Cinthya Juca

**10. Cronograma de actividades****Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala 2019-2020**

ACTIVIDAD	MES											
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
1. Recolección y organización de la información	X	X	X	X								
2. Análisis de la información		X	X	X	X	X	X	X	X			
3. Trabajo de campo (encuestas)						X	X	X	X			
4. Integración de la información de acuerdo con los objetivos							X	X	X			
5. Redacción del trabajo								X	X	X		
6. Revisión final											X	X

Fuente: Manual para trabajos de titulación
 Autor: Cinthya Juca



11. Presupuesto

Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guachapala 2019-2020

Concepto	Aporte del estudiante	Otros aportes	Valor total \$
Talento humano			1387,20
Estudiante	787,20		
Director		600,00	
Gastos de movilización			431,04
Transporte	239,04		
Subsistencias	192,00		
Gastos de la investigación			303,00
Material de escritorio	63,00		
Internet	240,00		
Equipos, laboratorios y maquinaria			100,00
Computador y accesorios	100,00		
Otros			100,00
Imprevistos	100,00		
Total			2.321,04

Fuente: Manual para trabajos de titulación

Autor: Cinthya Juca



12. Esquema

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1: Análisis de la situación actual del cantón Guachapala.

1.1 Datos generales.

1.2 Antecedentes turísticos del cantón Guachapala.

1.3 Análisis FODA.

1.4 Análisis del presupuesto turístico del cantón Guachapala.

Capítulo 2: Diagnóstico de la oferta y demanda turística del cantón Guachapala.

2.1 Análisis de la infraestructura del cantón Guachapala.

2.2 Análisis de los principales atractivos turísticos y de la planta turística del cantón Guachapala.

2.3 Análisis del perfil del turista.

2.4 Análisis de la demanda potencial.

Capítulo 3: Planteamiento de estrategias de difusión para posesionar y promocionar al cantón Guachapala.

4.1 Producto.

4.2 Plaza.

4.3 Promoción.

4.3.1 Identificar canales de distribución.

4.4 Precio.



4.5 Portafolio de estrategias de difusión.

Conclusiones.

Bibliografía.

Anexos.



13. Anexos

Anexo 1: Diseño aprobado del Proyecto de Intervención

Anexo 2: Modelo de la Encuesta

Universidad de Cuenca
Facultad de Ciencias de la Hospitalidad
Carrera de Turismo
Plan de Marketing turístico del cantón Guachapala



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Encuesta Perfil del turista

Encuesta destinada a la obtención de información para la realización del plan de marketing turístico orientado a la entidad pública del Cantón Guachapala. La información brindada en esta encuesta es de manera anónima. Por favor señale una sola respuesta.

13. Género

- Masculino
- Femenino
- Otro

14. Nacionalidad

- Provincia _____
- Ciudad _____

15. Edad

- _____

16. ¿Viaja usted dentro del País?

- Si
- No

17. ¿Con qué frecuencia lo hace?

- De 1 a 3 veces por año
- De 3 a 6 veces por año
- Más de 6 veces

18. ¿Viaja usted sólo o acompañado?

- Solo
- Acompañado

19. ¿Qué destinos prefiere?

- Religiosos
- Culturales

- Naturales

- Otros

20. ¿Cuál es su principal motivación para viajar?

- Ocio, recreo y vacaciones
- Visita a familiares y amigos
- Negocios y motivos profesionales
- Salud y atención médica
- Religión/peregrinaciones
- Educación y formación
- Compras
- Otro _____

21. ¿Visitaría un destino cercano a la ciudad donde reside?

- Si
- No

22. ¿Le gustaría visitar el Cantón Guachapala?

- Si
- No



23. ¿Cuál de estos atractivos le gustaría visitar?

- Santuario de Andacocha
- Parque acuático
- Mirador peña Blanca
- Mirador Guachaventura
- Mirador de las Juntas
- Jardín Botánico la Macarena
- Parque extremo Yubark park
- Centro Cantonal
- Otro _____

24. ¿Cuántos días le gustaría permanecer en el cantón?

- 1-2 días
- 3-4 días
- Más de 5 días

25. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por persona?

- \$1 a \$19
- \$20 a 39\$
- \$40 a \$59
- más de \$60

26. ¿Por qué medio le gustaría comprar el producto Guachapala?

- Mediante agencias de viajes
- A través de una oficina en el cantón
- Mediante la web
- Por ninguna

27. ¿Por qué medio le gustaría recibir información?

- Redes sociales
- Radio/Televisión
- Agencias de viajes
- Itur
- Otro _____

Gracias por su colaboración



Anexo 3: Carta del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Guachapala.



Gobierno Autónomo
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL
Oficio Nro. 012 A-GADG-2019
Guachapala, 23 de Mayo de 2019

Magister
Karina Farfán
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD DE LA
UNIVERSIDAD DE CUENCA
Su despacho.-

De mi consideración:

Ing. José Francisco Luzuriaga Paida, Alcalde del GAD de Guachapala, le saluda con el debido respeto, para manifestar:

La autorización a la señorita Cinthya Verónica Juca Pezantez con C.I. 010617532-6, para la realización del trabajo de titulación, "PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CANTÓN GUACHAPALA".

Particular que pongo en su conocimiento para los fines legales pertinentes.



Ing. Francisco Luzuriaga
ALCALDE DEL CANTÓN GUACHAPALA

Dirección: Sixto Durán Ballén y Av. 3 de Noviembre ■
Teléfonos: (07) 2284196 – 2284205 ■
Correo electrónico: mguachapala@hotmail.com ■
www.guachapala.gob.ec ■