

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Plan de Marketing Turístico para el Cantón Gualaceo 2019 -2022

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

Autor:

Damián Paúl Tenecela Riera

Director:

Ana Lucía Serrano López

ORCID:  0000-0002-1616-4144

Cuenca, Ecuador

2023-10-30

Resumen

La investigación posee como finalidad diseñar un plan de marketing turístico para el cantón Gualaceo de la provincia del Azuay, a través del cual se desarrollan estrategias de gestión y contingencia, permitiendo resaltar y promocionar los atractivos turísticos, culturales y naturales, así como su presencia en el mercado. El estudio utiliza la metodología cualitativa y cuantitativa, recurriendo a información de fuentes primarias y secundarias que han permitido determinar la situación actual del turismo, así también, como la aplicación de encuestas a los turistas nacionales e internacionales para determinar el perfil de turista que visita el cantón Gualaceo, además de entrevistas a entidades públicas y privadas para el respectivo estudio de mercado conociendo de tal manera la oferta y demanda existente en el cantón. Con este proyecto se busca que tanto como empresas públicas y privadas formen alianzas con el Ministerio de Turismo y el GAD municipal de Gualaceo con la finalidad mejorar la promoción turística.

Palabras clave: plan de marketing, marketing turístico, turismo, cantón Gualaceo



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

The purpose of the research is to design a Tourism Marketing Plan for Gualaceo canton, province of Azuay, through which management and contingency strategies are developed, allowing to highlight and promote tourist, cultural and natural attractions, as well as their presence in the market. The study practices qualitative and quantitative methodology, using information from primary and secondary sources that have allowed to determine the current situation of Tourism, as well as surveys applied to national and international tourists to determine the profile of tourists visiting Gualaceo canton, in addition to interviews with public and private entities for the respective market study thus knowing the existing supply and demand in the canton. This project seeks that both public and private companies form alliances with the Ministry of Tourism and the municipal GAD of Gualaceo with the aim of improving tourism promotion.

Keywords: marketing plan, tourism marketing, Tourism, Gualaceo Canton



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de contenido

Resumen	2
Abstract	3
Índice del Trabajo	5
Índice de Imágenes	7
Índice de Tablas	8
DEDICATORIA	11
AGRADECIMIENTO	12
INTRODUCCIÓN	13
SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL CANTÓN GUALACEO	15
1.1 Conceptualizaciones del Turismo.	15
1.2 Principales Contribuciones del Turismo a Nivel Mundial.	21
1.3 Contribuciones del Turismo en la Economía del Ecuador.	23
1.4 Principales Indicadores del Desarrollo Turístico en la Provincia del Azuay.	24
1.5 Historia y Geografía del Cantón Gualaceo	26
1.6 División Política Administrativa del Cantón Gualaceo	27
1.7 Demografía y Sociedad	29
1.8 Principales Actividades Económicas del Cantón Gualaceo.	30
1.9 Principales atractivos turísticos actuales del cantón Gualaceo.	30
1.9.1 Atractivos Turísticos Naturales.	30
1.9.2 Atractivos Turísticos Culturales	34
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUALACEO, PARA ESTABLECER LAS PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO	44
2.1 Identificación de los prestadores de servicios turísticos del cantón.	44
2.1.1 Agencias de viajes	44
2.1.2 Alimentos y bebidas	45
2.1.3 Alojamiento	45

UCUENCA

2.1.4 Ocio y recreación	46
2.1.5 Transporte Turístico	46
2.1.6 Oficina de información turística.	46
2.2 Determinación de las Estrategias de Promoción Utilizadas en la Comercialización de la Oferta Turística	47
2.2.1. Diseñar e Implementar un Modelo de Planificación Turística Participativo Dictaminando las Políticas Pertinentes para el Desarrollo de esta Actividad ...	47
2.2.2 Realizar Actividades Planificadas de Promoción para el Posicionamiento de Gualaceo como Destino Turístico a Nivel Nacional.	48
2.2.3. Incentivar al Emprendimiento y Desarrollo del Sector Turístico Comunitario y Privado.....	50
2.2.4. Fortalecer y Mejorar los Conocimientos y Capacidades Técnicas de la Población Local Vinculada con la Actividad Turística.	51
2.3. Identificación de la oferta turística del cantón Gualaceo	51
2.3.1 Planta turística	52
2.3.2 Infraestructura Turística	53
2.3.3 Productos Turísticos	55
2.4 Análisis de la demanda turística del cantón Gualaceo: Perfil del turista que visita el cantón Gualaceo.	56
2.4.1 Perfil del Turista	59
2.4.2 Análisis FODA del Cantón Gualaceo	61
2.5 Comparativo de los principales competidores turísticos con el cantón	64
2.4.2 Matriz de Perfil Competitivo	65
ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CANTÓN GUALACEO, BASADO EN UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO	68
3.1 Conceptos básicos de marketing y mercadeo	68
3.1.1 Marketing	68
3.1.1.1 Marketing turístico	69

UCUENCA

3.1.2 Mercadeo	69
3.2 Evolución histórica del marketing turístico en el cantón Gualaceo	70
3.3 Marketing de servicios	70
3.4. Estructura del plan de marketing turístico aplicado al turismo del cantón Gualaceo.	71
3.4.1 Objetivo General	72
3.4.2 Objetivos específicos	72
I. Mejorar el producto turístico Gualaceo	72
II. Posicionar a Gualaceo como un destino turístico cultural, gastronómico de compras.	72
3.4.3 Estrategias del Marketing Mix	72
Estrategia Genérica de Negocio	72
1. Competidores potenciales:	73
2. Clientes:	74
3. Sustitutos:	74
4. <i>Proveedores:</i>	74
5. <i>Competidores en el sector industrial</i>	75
Análisis de ciclos de vida de los servicios del cantón Gualaceo	75
3.4.4 Producto	77
3.4.5 Precio	78
3.4.6 Promoción y Publicidad	79
3.4.7 Plaza	80
3.6 Estrategias de Gestión para el Turismo	81
3.6 Estrategias de Contingencia	82
3.7. Indicadores de Cumplimiento y sus Responsables	84
3.8 Presupuesto del Plan Estratégico de Marketing.....	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	88
Conclusiones	88
Recomendaciones	89
Bibliografía	91
ANEXOS	105

UCUENCA

- Anexo 1. Diseño aprobado del proyecto de investigación. 105
- Anexo 2. Encuesta. 125
- Anexo 3. 129
 - Anexo 3.1 Anexo Fotográfico 139
- Anexo 5. Medios escritos143
- Tablas145

Índice de Imágenes 10

Imagen 1 Las Lagunas de Maylas	32
Imagen 2 Río Santa Bárbara y San Francisco	33
Imagen 3 Bosque El Aguarongo	34
Imagen 4 Rosero	36
Imagen 5 Hornado	37
Imagen 6 Técnica del Ikat.....	39
Imagen 7 Macanas	39
Imagen 8 Calzado.....	41
Imagen 9 Carnaval	42
Imagen 10 Entrevista.....	146
Imagen 11 Dulces de Gualaceo.....	147

Índice de Tablas

Tabla 1 Principales productos turísticos de Gualaceo	55
Tabla 2 Matriz FODA	62
Tabla 3 Matriz de Perfil Competitivo	66
Tabla 4 Presupuesto de promoción y publicidad	86
Tabla 5 Oferta turística: Agencias de viajes	145
Tabla 6 Oferta turística: Alimentos y Bebidas - Restaurantes	146
Tabla 7 Oferta turística: Alimentos y Bebidas - Bares	149
Tabla 8 Oferta turística: Alimentos y Bebidas - Fuentes de Soda	150
Tabla 9 Oferta turística: Alimentos y Bebidas - Cafeterías	151
Tabla 10 Oferta turística: Alojamiento - Hostales	152
Tabla 11 Oferta turística: Ocio y Recreación - Discotecas	153
Tabla 12 Centros de Salud en Gualaceo	154

DEDICATORIA

A mis padres por haberme inculcado de buenos valores para ser mejor hijo y padre cada día de mi vida, de una manera muy especial a mi madrecita que como un ángel desde el cielo me cuida, protege y me guía en el buen camino.

Blanca del Rocío Riera Guiracocha

AGRADECIMIENTO

Me siento primero muy agradecido con mi Dios, por la vida que me bendice para poder compartir con mi familia de mis logros y éxitos de la vida.

Me siento muy agradecido con mi madrina Esperanza Riera (Ñañita) por ser el pilar fundamental en mi formación personal, académica y profesional.

Agradezco a mis hermanos por ser mi apoyo incondicional y compartir los mejores valores para la vida.

Gracias a la Universidad de Cuenca, Facultad Ciencias de la Hospitalidad, Escuela de Turismo y a todos mis docentes que me ayudaron en toda mi formación académica profesional.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objetivo la propuesta de un plan de marketing enfocado al sector turístico del cantón Gualaceo, a través del cual se desarrollan estrategias de promoción y publicidad, permitiendo de esta manera posicionar sus atractivos culturales y naturales, además que brinda a las empresas públicas y privadas que se encuentran al servicio turístico un mejor conocimiento del mercado generando un incremento en las posibilidades para un mayor desarrollo económico, social y ambiental.

El proyecto de investigación consta de tres capítulos:

El primer capítulo hace referencia a la revisión bibliográfica y conceptual de especialistas en el tema turístico, que permitirán conocer las principales contribuciones del turismo a nivel internacional, nacional, provincial y local, además se presenta un diagnóstico turístico del cantón Gualaceo.

El segundo capítulo aborda un estudio de mercado sobre la oferta y demanda existente en el cantón, así como el análisis comparativo de Gualaceo con otros cantones, por lo que se aplican métodos de investigación como la observación directa en el campo de estudio y la aplicación de encuestas a los turistas nacionales e internacionales con la finalidad de obtener un perfil de turista que permite conocer sus gustos y preferencias además de otros datos de importancia correspondientes a su viaje o visita.

UCUENCA

El tercer capítulo se basa en el desarrollo del diseño del plan de marketing, por lo que en primera instancia se conceptualizan términos que permiten una mejor comprensión, así como la presentación sobre una evolución histórica y sobre el marketing de servicios existentes en el cantón, y de acuerdo a los resultados obtenidos del análisis del cantón y del mercado se plantean estrategias de promoción y publicidad.

SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL CANTÓN GUALACEO

1.1 Conceptualizaciones del Turismo.

El presente capítulo tiene como objetivo realizar un análisis de la situación actual de la actividad turística del cantón Gualaceo y sus atractivos. De igual manera, especificar los diversos términos del turismo que se utilizarán a lo largo del proyecto e identificar los aportes del turismo a nivel global, nacional, provincial y local. Por lo tanto, se han consultado las referencias de las instituciones más sobresalientes relacionadas al turismo, entre las que se destacan: la Organización Mundial del Turismo, OMT; el Consejo Global de Viajes y Turismo, WTTC; y del Ministerio de Turismo del Ecuador; y, de igual manera se ha indagado la bibliografía de importantes autores eruditos en esta materia.

Entre las nociones básicas para entender el turismo, la Organización Mundial de Turismo más conocida por sus siglas OMT (2008), dentro de su glosario de términos identifica al *turismo* como un “fenómeno social, cultural y económico” cuando las personas¹ se movilizan de su lugar de residencia habitual hacia algún otro lugar, ya sea por razones de índole personal o de negocios; en donde el turismo hace referencia a las actividades que incluyen el “gasto turístico”; es decir, el dinero que gasta el viajero en actividades realizadas durante su estancia en dicho destino.

¹ Identificadas por la OMT (2008) como: viajeros, quienes pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes.

Ahora bien, es importante determinar que, al lugar de residencia habitual de una persona se lo conoce como “*entorno habitual*”, que es la zona geográfica donde vive la persona y/o realiza sus diligencias diarias habituales (OMT, 2008).

Por otro lado, las motivaciones para que un visitante se desplace a otro lugar pueden ser, pero que se destacan: motivos de ocio, motivos personales o negocios. Sin embargo, el visitante debe realizar su viaje por un lapso menor a un año para ser considerado como tal; en donde, si el visitante realiza un viaje que incluye como mínimo una pernoctación, se lo conoce como turista; caso contrario se lo denomina “visitante del día o excursionista” (OMT, 2008).

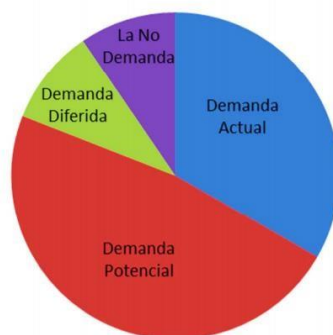
Ahora bien, el término de *actividad turística* engloba “cualquier actividad destinada a proporcionar a los usuarios los servicios de alojamiento, intermediación, restauración, información, acompañamiento, ocio o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo” (Consumoteca, 2020). De igual manera, dentro del campo turístico es esencial la convergencia de cuatro elementos básicos para que exista esta dinámica, los mismos que se clasifican en:

Demanda. Específicamente en turismo, este término hace referencia al grupo de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que deseen compensar sus necesidades de viaje. En donde, el número de turistas, visitantes o viajeros que efectivamente viajan a uno u otro destino conforman la *demanda actual*, puesto que los mismos son consumidores reales de los bienes o productos turísticos. Por otra parte, las personas que muestran antipatía a viajar o que

sencillamente no desean desplazarse por diversos motivos, se los conoce como la *no demanda*; dentro de este grupo se subdividen en: *demanda potencial*, que son aquellos que viajarán cuando se realice un cambio de circunstancias particulares (tiempo, motivación o interés); y, *demanda diferida*, que son personas que debido a pormenores en el entorno o en la oferta como terrorismo, desastres naturales, falta de alojamiento, etc., no han podido viajar. (Socatelli, 2013).

Figura 1

Clasificación de la Demanda Turística



Nota: Adaptado de “Extracto del libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios – Productos y Destinos Turísticos Sostenibles” (p.1), por M. Socatelli, 2013. *Inter Mark*.

Oferta. Denominada al conjunto de productos, servicios y diversas organizaciones que se encuentran implicadas en la actividad turística; en donde, estos productos o servicios poseen las siguientes características: *inamovibilidad*, que se encuentran en un lugar específico y no pueden ser transportados; *inagotabilidad*, que los recursos turísticos no se consumen al ser bien explotados,

como: playas, desiertos, etc.; y, finalmente, *los recursos turísticos deben ser puestos en valor y explotados de manera inteligente*, ya que los atractivos culturales o naturales no aportan al mercado por sí mismos (Socatelli, 2013). Asimismo, la oferta se compone de ocho elementos que hacen posible su existencia, y que, sin estos, prácticamente no existiría motivación de viaje, los que se definen como:

Atractivo Turístico: El conjunto de componentes materiales o inmateriales que pueden ser convertidos en un producto turístico, los cuales deben contar con la capacidad de provocar el interés del visitante, provocando un desplazamiento desde la residencia del mismo hacia el lugar donde se encuentre el atractivo, transformándose así en un destino turístico (Socatelli, 2013).

Patrimonio Turístico: se lo conoce al conjunto de elementos que sirven para el desarrollo de las actividades turísticas, que se conforma de: la suma de atractivos turísticos, planta e instalaciones turísticas, infraestructura y superestructura turística (Socatelli, 2013).

Producto Turístico: hace referencia a la combinación de los componentes materiales e inmateriales, que trabajan para satisfacer los requerimientos de los visitantes (CEUPE, 2020). Por su parte, Altamira & Muñoz (2008), señalan que los diversos tipos de productos turísticos se conforman de acuerdo a las necesidades y exigencias de la demanda, a fin de obtener la máxima satisfacción de los visitantes. Por lo tanto, de acuerdo a las particularidades de las actividades turísticas, la clasificación de los productos turísticos pueden incluir: turismo de sol y playa,

turismo urbano, turismo de nieve, turismo deportivo, turismo de aventura, turismo ecológico, turismo rural, turismo de salud, turismo cultural, turismo religioso, turismo de formación, turismo lúdico – festivo, turismo gastronómico, turismo residencial, turismo de negocios, turismo de compras, turismo alternativo, turismo de excursiones, turismo de hechos singulares, turismo de parques temáticos, etc. (p. 14).

Recursos Turísticos: son cualquier tipo de elemento de la naturaleza, actividad humana o productos antropológicos que motiven al visitante a realizar una visita (Socatelli, 2013).

Planta Turística, es conocido así al conjunto de equipos, instalaciones, y empresas que fueron creadas para fines turísticos, además de las personas que prestan sus servicios para el mismo (Socatelli, 2013).

Equipamiento Turístico: son aquellos componentes que pueden motivar el desplazamiento de los visitantes, tales como: centros de salud, terminales de buses, parques, zonas de recreación, instalaciones deportivas, etc. (Socatelli, 2013).

Infraestructura Turística: comprende los servicios básicos de un país, que el turismo utiliza para desarrollar su actividad socio-económica. Ej. Carreteras, suministro de agua, de energía eléctrica, alcantarillado, tratamiento de basuras, etc. (Socatelli, 2013).

Servicios Complementarios: Aquellos servicios que son usados por la comunidad general de un país, pero que también son de vital importancia para los turistas o visitantes. Ej., servicio de correos, bancos, cajeros automáticos, etc.

(Segittur, s.f.).

c) Espacio Geográfico. Se denomina al lugar físico en donde convergen la oferta y la demanda, es decir, es el lugar anfitrión en donde acude el visitante; debiendo tomar en cuenta a la población residente en el momento de planificación de la actividad turística, puesto que, aunque esta no sea un componente turístico, puede ayudar a establecer una conexión o desconexión entre los visitantes (CEUPE, 2020).

Del mismo modo, existen ciertos términos que, aunque parezcan similares dentro de la literatura turística, poseen elementos diferentes, que hay que tomar en consideración, tales como:

Espacio Turístico. Es aquella porción de espacio geográfico donde se encuentra la oferta y hacia dónde se dirige la demanda. La OMT (2008), citando a Boullón (2006), señala que el espacio turístico se subdivide en componentes más pequeños, tales como: “zonas turísticas, áreas turísticas, complejos turísticos, centros turísticos o núcleos turísticos”.

Destino Turístico. Agrupando las características que conforman el destino turístico, se lo puede definir como: un espacio geográfico compuesto de atractivos y recursos

disponibles que motiven al turista a conocerlo, y que pueda ser objeto de planificación para dotarla de una administración adecuada para su explotación turística, además de contar con una marca atractiva establecida para su identificación y diferenciación individual (Valls, 2004).

d) Operadores del mercado. Este término hace referencia a los intermediarios que ayudan el encuentro entre la oferta y la demanda, los mismos que son de vital importancia dentro del turismo por su gestión y aporte profesional dentro del mundo del turismo, aquí se incluyen: las agencias de viajes, compañías de transporte y demás empresas públicas y privadas que generan valor dentro del campo turístico (OMT, 2008, p. 47).

1.2 Principales Contribuciones del Turismo a Nivel Mundial.

Según la OMT (2019), el turismo a lo largo de los años ha ido creciendo de manera extremadamente significativa para la economía mundial, ya que tan solo como ejemplo, en el año 2018 hubo un incremento de arribo internacional de 8.4 millones de turistas más a comparación del año anterior, alcanzando una cifra de 1.400 millones de turistas desplazándose a nivel global, es decir un 6% a comparación del crecimiento de la economía mundial del 3.7% de ese año.

De igual manera, la OMT explica que, para traducir estos números en beneficios económicos reales para las economías de todos los países, es importante un manejo responsable sostenible, a fin de crear oportunidades de trabajo y/o

emprendimiento, principalmente para las comunidades locales, con la intención de incluir a todos sus participantes (2019).

Por otra parte, según los datos del Barómetro Mundial de Turismo de la OMT (2020), en el año 2019 hubo un incremento mundial en la llegada de turistas internacionales que marcó un 4% más con respecto al año anterior, es decir 1.500 millones de turistas (p.3). A pesar de mantener un crecimiento más lento de la demanda debido a factores sociopolíticos como: la guerra comercial entre Estados Unidos y China, la incertidumbre la salida del Reino Unido de la Unión Europea (Brexit), las protestas en Hong Kong y Latinoamérica, por poner algunos ejemplos (Hosteltur, 2020).

Asimismo, según el Barómetro Mundial de Turismo de inicios del 2020, se proyecta un crecimiento económico del 3.4% para el año 2020 en comparación con el 3% del 2019, y de acuerdo Fondo Monetario Internacional se marcó un incremento de mercados emergentes en América Latina, el Medio Oriente y Europa, aunque para China y Estados Unidos existen riesgos de poco crecimiento de actividad global debido a las tensiones políticas existentes. Sin embargo, en un escenario más favorable, a medida que pase la primera fase de acuerdo comercial entre China y Estados Unidos, la transición del Brexit y la mejora gradual del entorno social, la economía podría esclarecer su panorama. Mientras tanto, los eventos que generarían interés por parte de la demanda son los eventos culturales y deportivos que tomarán lugar en el 2020, como: Los Juegos Olímpicos de Verano en Tokio, La Exposición de Dubai 2020 y el año 2020 de Beethoven en Alemania (UNTWO, 2020, p.4).

Consecuentemente, el turismo a nivel mundial a lo largo de los años ha marcado una tendencia de crecimiento favorable, la misma que en ciertas ocasiones se ve afectada por asuntos externos de índole socio-política, climatológica y/o que tengan que ver con temas de salud. Pese a ello, la industria del turismo es una de las que más ha sobresalido en la economía mundial, y sabe cómo reponerse a los altibajos, mostrando así valía innegable.

1.3 Contribuciones del Turismo en la Economía del Ecuador.

En el Ecuador, el organismo encargado de llevar control de los datos turísticos es el Ministerio de Turismo, el cual ha revelado cifras alentadoras entre el 2017 y 2018, en donde hubo un crecimiento del 11%, fuera del mercado venezolano. Pues, se registraron 2.4 millones de personas que ingresaron al país en el año 2018, marcando un 51% más que el año anterior; de los cuales 1,3 millones de visitantes ingresaron por vía terrestre como primera opción, seguida por la vía aérea que representarían 1,078.017 millones de visitantes (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019a).

Por su parte, aerolíneas como *GOL*, *Laser Airlines* y *Spirit*, iniciaron sus operaciones dentro del Ecuador, a lo que también se sumaron nuevas frecuencias y rutas por parte de *Aerolane*, *Aeroméxico*, *Aireuropa* y *Tame*, las cuales marcaron un importante crecimiento en la economía del país, ya que el turismo como tercera fuente de ingresos más importante del país dio un aporte de \$2.392 millones de dólares (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019a).

UCUENCA

En el país, las principales ciudades que los viajeros visitan son: Quito, Guayaquil y Cuenca, de los nueve feriados nacionales del año 2018, el feriado de Carnaval fue el más económicamente productivo, logrando ganancias de hasta \$64.7 millones de dólares (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019b).

Ahora bien, en el año 2019 la llegada de turistas internacionales al país obtuvo un incremento del 4%², provenientes en su mayoría de Estados Unidos,

España, Alemania, Canadá y Francia. No obstante, en el mes de octubre, las manifestaciones dentro del país alertaron al mercado internacional, lo que significó una baja en el ingreso de turistas, sin embargo, gracias al trabajo del gobierno se lograron retirar esas alertas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019b).

Por otra parte, el Ministerio de Turismo (2019b) afirma, que en el primer trimestre del año 2019 el ingreso económico generado por el turismo alcanzó 965 millones de dólares, y según se indica se generaron un promedio de 522.000 plazas de trabajo, es decir; un 2% más que el 2018, dando un mensaje alentador sobre el crecimiento del sector turístico a nivel nacional (Ministerio de Turismo, 2019).

De esta manera, el sector turístico marca un importante rubro en el PIB ecuatoriano, permitiendo que las predicciones sobre su favorable crecimiento dentro del país,

² Excluyendo el ingreso de venezolanos al país.

permitan que se generen más plazas de empleo, siempre y cuando se lo maneje de manera responsable y sostenible.

1.4 Principales Indicadores del Desarrollo Turístico en la Provincia del Azuay.

Existe evidencia de que el turismo a nivel nacional marca el tercer rubro económico más importante para el país, por lo tanto, al analizar el desarrollo turístico de la provincia del Azuay, se realiza principalmente el análisis del cantón

Cuenca, ya que se considera la principal vía de ingreso para los visitantes del Azuay.

Así pues, Serrano & Freire Chaglla (2018), dentro de su Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca, estiman que, en el lapso de octubre de 2015 a diciembre de 2016, mensualmente hubo un total de 23 373 visitantes³ en la ciudad de Cuenca, siendo el 29% extranjeros, en su mayoría provenientes: de EEUU, Argentina y Alemania; mientras que el 71% son ecuatorianos provenientes principalmente de las ciudades de: Guayaquil, Quito, Machala, Loja, y en menor proporción de las ciudades de Ambato, Portoviejo, Manta, Riobamba, Esmeraldas, Macas y Pasaje (p.30). Del mismo modo, se indica que, en el año 2015, en los hoteles y alojamientos estudiados dentro de la ciudad de Cuenca, hubo una media de contrataciones temporales de 65 personas al mes y entre enero y agosto de 2016 la media fue 29 personas; evidenciando un declive en los últimos meses de estudio de junio a agosto de 2016.

Conforme al Estudio de la Demanda y Oferta Turística de la Ciudad de

³ Que pernoctaron al menos una noche dentro del lugar.

UCUENCA

Cuenca Cuarto Boletín Anual en 2017 realizado por el Grupo de Investigación en Economía Regional, GIER (2018), se evidencia que en Cuenca durante el año 2017 hubo la tasa de ocupación promedio en el sector de alojamiento es del 36,1%, siendo los meses con los mejores porcentajes de ocupación hotelera octubre, noviembre y diciembre, con 44.4%, 50.4% y 40.1%, respectivamente, una tendencia similar al 2016 (p. 65).

Por su parte, la Cámara Provincial de Turismo del Azuay (2018) indica que, en la ciudad de Cuenca existen más de 4000 establecimientos formales de servicios turísticos, incluidos los que se encuentran el sector de la restauración.

Además, el sector turístico en la ciudad de Cuenca para el año 2018 percibió un

10% del total de ingresos turísticos a nivel nacional, lo que representaría 15 millones de dólares.

1.5 Historia y Geografía del Cantón Gualaceo

Si bien existen varios matices entre leyendas y costumbres sobre los orígenes de los gualaceños, se encuentra una versión que dice, que la gente de Gualaceo descende de los Guanacos⁴ o Guanacas, otros dicen que el nombre de

⁴ Según la leyenda, los Guanacos son personas que al morir sus cuerpos se transforman en maizales floridos y sus almas en el Río Santa Bárbara.

Gualaceo hace referencia al Guacamayo, por el vocablo “Gual” o, que también hace referencia al nombre de un cacique Guailacela. Aunque, hay otros que dicen que es de origen chibcha, pues “Hual”, significaría sin vida y “Ceo”, agua; es decir juntos significarían “agua sin vida” o “río que está dormido”, representando al principal río del cantón, el Río Santa Bárbara (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gualaceo, 2015, p. 4-5).

Se dice que la primera persona en descubrir Gualaceo fue Don. Rodrigo Núñez de Bonilla⁵ en el año 1549, y los cañaris para librarse de los Incas se pusieron a órdenes de los conquistadores, llegando así a obtener terrenos y casas, para luego obtener puestos altos de Alcaldes o Gobernadores, mientras que los que se oponían eran obligados a trabajar en las minas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gualaceo, 2015, p.5).

Existen documentos que dicen que Gualaceo fue fundado en el año 1532 por Sebastián de Benalcazar⁶, como Asiento Minero y, que en el año 1757 subió a la categoría de Parroquia Eclesiástica de Cuenca por varios años, hasta que en

⁵ Conquistador proveniente de España a inicios del siglo XIV, uno de los primeros conquistadores de Perú, que aceptó realizar un asentamiento en Tomebamba.

⁶ Explorador y colonizador español, que habría llegado en una de las últimas travesías de Cristóbal Colón.

UCUENCA

1821 se la designara como cabecera del cantón Gualaceo. Más adelante, en la Primera Constitución del Ecuador en 1830, se confirma que el Azuay está conformado por los cantones: Cañar, Cuenca, Girón y Gualaceo. Y, para el año 2002, se declara a Gualaceo como “Patrimonio Cultural de la Nación” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gualaceo, 2015, p.5).

En cuanto a su geografía, el cantón Gualaceo es uno de los 15 cantones que conforman la provincia del Azuay, conocido como un valle de zonas montañosas que cuenta con 370 km² de superficie y, está situado sobre los 2.230 m.s.n.m. Se localiza a 36 kilómetros de distancia de Cuenca y sus límites son al norte con el cantón Paute, al sur con los cantones Chordelég y Sígsig, al este con los cantones El Pan y Morona Santiago y al oeste con el cantón Cuenca.

(Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Gualaceo, 2014, p.p. 1-5)

1.6 División Política Administrativa del Cantón Gualaceo

El cantón Gualaceo políticamente cuenta tan solo con una parroquia urbana de nombre Gualaceo y, con ocho parroquias rurales: Daniel Córdova Toral, Jadán, Mariano Moreno, Remigio Crespo, San Juan, San Bolívar, Zhidmad, y Luis Cordero (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gualaceo, 2015, p.p.

188).

Ilustración 1

Mapa político del cantón Gualaceo.

Damián Paúl Tenecela Riera



Nota: Adaptado de Mapa del Cantón Gualaceo, de Henry Wilson Orellana Tigre,

2017. Fuente. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6874>

1. 7 Demografía y Sociedad

Según el informe de fichas generales de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES, a través de los datos recopilados del Instituto Nacional Estadísticas y Censos INEC, se registra que hasta el año 2010 el cantón Gualaceo cuenta con una población total de 42.709 habitantes, distribuidos en la parte urbana con un 32,7% y con un 67,3% en la zona rural (2014, p. 1).

Ahora bien, del total de la población del cantón Gualaceo, el 46,37% es menor a 20 años, mientras que el 44,32% se encuentra entre los 20 y 65 años, además el 9,31% de la población es de la tercera edad para arriba, y, la población menor a un año representa 1,88% (Alvarado, 2015, p.p. 15-16).

Cabe destacar que la población femenina sobrepasa por un 54,39% a la población masculina, que solo tiene un 45,61%. Además, entre los años 1990 y 2001, se dio una reducción del 14% de la población, motivo de las múltiples migraciones del país. Sin embargo, ya en el año 2010, se ha dado un incremento sustancial de 42.709 habitantes, es decir un 10,68% que el 2001 (Alvarado, 2015, p.p. 16).

Según la actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Gualaceo, la población total del cantón tendría una tendencia de crecimiento progresivo para los próximos años; y, para el año 2020 existirían aproximadamente 49.104 habitantes (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Gualaceo, 2015, p.p 55)

1.8 Principales Actividades Económicas del Cantón Gualaceo.

El cantón tiene una Población Económicamente Activa PEA del 17.476, es decir el 41% de la población se dedica a alguna actividad productiva, siendo el 54% mujeres y 46% varones. De la PEA, el 30,0% se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; el 21,0% en industrias manufactureras, el 13,4% en actividades de comercio al por mayor y menor; el 11,6% a actividades de construcción. Tradicionalmente la agricultura y la ganadería son las principales ocupaciones de sus habitantes. Por la gran habilidad y creatividad de sus artesanos, se ha constituido en un importante centro artesanal y turístico reconocido en el ámbito nacional e internacional (Alvarado, 2015, p.p. 17-18).

1.9 Principales atractivos turísticos actuales del cantón Gualaceo.

De acuerdo a la Municipalidad de Gualaceo (2015), el cantón Gualaceo cuenta con importantes atractivos turísticos, mismos que se clasifican en atractivos turísticos naturales y culturales.

1.9.1 Atractivos Turísticos Naturales.

a) Las Lagunas de Maylas. Localizadas a dos horas y media de caminata desde el centro de la parroquia Luis Cordero, se encuentran 2 lagunas: la primera con una superficie de 3 ha., que cuenta con acceso peatonal y mantiene una temperatura anual promedio de 8°C. Además, se pueden divisar múltiples especies

UCUENCA

nativas a lo largo del recorrido, por estar cubierto de paisajes vírgenes; la segunda laguna es de menor tamaño, pero igual de bella que la primera, rodeada de aguas cristalinas y truchas, que, aunque sean especies introducidas, no dejan de sorprender. La mejor época del año para visitarla es entre junio y septiembre, ya que los rayos del sol permiten una mejor visibilidad de la naturaleza con sus múltiples epifitas (Municipalidad de Gualaceo, 2020a).

Estos atractivos mantienen una importancia vital para los visitantes que llegan entusiasmados ya sea solo para admirar la belleza del paisaje o para pasar una noche en acampando en compañía de la naturaleza, en todo caso la gente propia del lugar, que en muchos casos se dedican a la piscicultura, también brindan posada, combustible o lo que necesite el turista para disfrutar su estancia (Municipalidad de Gualaceo, 2015a).

Imagen 1 *Las Lagunas de Maylas.*



b) Ríos Santa Bárbara y San Francisco. Lugar turístico por excelencia para disfrutar de la vista del paisaje y de la convergencia de las aguas mansas de dos de los Ríos Más importantes del cantón. Este lugar cuenta con 2,5 km. de senderos mientras mantiene un matiz exquisito entre la naturaleza y las costumbres del poblado, que han sabido aprovechar el sitio para explotarlo turísticamente, contando: puentes colgantes, cabañas abiertas, servicios higiénicos, parqueadero y lugar para asar alimentos o también existen negocios de comida alrededor, ideal para un fin de semana en familia o para aprovechar las festividades de Carnaval (Municipalidad de Gualaceo, 2015b).

Imagen 2 *Río Santa Bárbara y San Francisco.*



c) Bosque Protector Aguarongo. Localizada a 12 kilómetros del Parque Central de Gualaceo, el Bosque Protector Aguarongo es una superficie de aproximadamente 2.080 hectáreas, que tiene cerca de 300 fuentes de agua y que se encuentra dotado de varios itinerarios paisajísticos, flora y fauna nativas. Se constituye como un mirador natural formado de bosques andinos y matorrales, que debe su nombre a la planta en forma de penco, que crece sobre los 2800 m.s.n.m, y que abunda dentro del bosque (Gobierno Parroquial Rural de Jadán, 2020).

En el año 2013, se realiza el CONVENIO DE CONFORMACIÓN DEL CONSORCIO AGUARONGO, donde participan los GADS parroquiales de Gualaceo, San Bartolomé, Jadán, Zhidmad y San Juan, para la administración y mantenimiento del Área de Bosque y Vegetación Protectora Aguarongo (Gobierno Parroquial Rural de Jadán, 2020). Los mismos que han realizado una labor digna de admirar, debido a la infraestructura de hospedaje, servicios básicos y salas de capacitación instaladas en el lugar, que sirve para atraer visitantes y mantener la protección de toda el área, por el costo de \$1 dólar por niño, \$2 dólares por adultos y \$8 dólares por hospedaje (ViajandoX, 2020).

Imagen 3

Bosque Protector Aguarongo.



1.9.2 Atractivos Turísticos Culturales

Dentro de los atractivos culturales que presenta el cantón, se detallan los más sobresalientes para atraer la atención de los turistas y por los cuales el cantón de Gualaceo es altamente reconocido a nivel regional y nacional, así pues, se describen a continuación:

a) La gastronomía. Uno de los puntos más fuertes sobre la cultura de Gualaceo, es su gastronomía, la misma que comprenden platos criollos exquisitos, que son apreciados por propios y extranjeros, pues los ingredientes frescos que son usados para la elaboración y las técnicas que se usan para preparar los mismos, le dan un toque especial lleno de sabor y calidad. Entre los platos más conocidos se destacan: la fritada, el chancho hormado, los llapingachos, los bizcochos, el

UCUENCA

morocho, las tortillas de maíz, las tortillas de choclo, y la bebida más cotizada *el rosero*.

Cabe destacar que, el rosero es una de las bebidas más ofertadas para locales y foráneos dentro del cantón de Gualaceo, pues su elaboración incluye ingredientes variados, tales como: agua de rosas, babaco, piña, naranjilla, naranja, limón, especias aromáticas y por supuesto el maíz blanco, lo que en conjunto forman una bebida fría exquisita al paladar y única en su clase, la cual en la antigüedad únicamente podía ser saboreada por los religiosos, dentro de los claustros y más tarde para los criollos. Esta bebida es mejor tomarla acompañada de las inigualables quesadillas o bizcochuelos, que brindan un sabor aún más apetitoso.

Imagen 4

Bebida típica Rosero



El Hornado: Según el Chef Carlos Gallardo, en una entrevista para el diario El Comercio (2014), manifiesta que los orígenes del hornado datan del siglo XVI,

nacido del plato valenciano de nombre “cochinillo”, que era preparado en los hornos de leña. Luego, a medida que se fueron introduciendo los cerdos desde España, los cochinitos también se comenzaron a preparar en Ecuador en conjunto de otras exquisiteces, como las allullas⁷ (El Comercio, 2014).

Actualmente, la sazón que predomina en la preparación del hornado incluye ingredientes como: cebolla, ajo, comino y achiote; y, generalmente se acompaña de tortillas de papa, lechuga, cebolla, tomate y mote⁸. En el cantón de Gualaceo, este platillo se vende dentro del mercado de Gualaceo, en donde acuden miles de

visitantes para deleitarse con el sabor de este distinguido plato típico (El Comercio, 2014).

Imagen 5 *Hornado*



⁷ Aperitivo de sal, similar a una galleta que se sirve en una hoja digital, preparada con harina de trigo, sal y manteca de cerdo. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/354937-el-sabor-de-las-allullas/>⁸
⁸ Maíz cocido, servido principalmente como acompañante de comidas de la provincia del Azuay.

Nota: Adaptado de *Gastronomía*, Municipalidad de Gualaceo, 2020,
<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Gastronomia>

La fritada de Cértag: Desde hace 20 años a tan solo 35 km en la vía Cuenca – Gualaceo, en el sector de Cértag, se encuentra un lugar donde se puede deleitar de las famosas fritadas, plato que, a pesar de ser realizado con chancho, el toque especial se lo da la cacerola de cobre en la cual es rostizado, para ser servido con ensalada, mote, morcillas y cascaritas (Municipalidad de Gualaceo, 2020c).

b) Artesanías. Otra de las características por las cuales se distingue Gualaceo, es por la calidad y variedad de sus artesanías, que son elaboradas por los lugareños, haciendo uso de sus conocimientos ancestrales en: ebanistería, bordado, tejido, orfebrería y calzado. A continuación, se presentan más a detalle las artesanías más emblemáticas de la zona:

La macana: Es una prenda femenina parecida a un paño largo, colorido y de figuras muy vistosas, se ha convertido en símbolo de la vestimenta local, pues este ropaje mantiene una elaboración bastante peculiar, debido a la milenaria técnica que utilizan mejor conocida como la técnica del *Ikat*, que significa en el idioma malayo atar o anudar. Primeramente, esta técnica divide el trabajo para hombres y mujeres, separándolos con tareas específicas, en las cuales el hombre realiza: el preparado de la urdiembre en el tejar y el tejido; mientras que las mujeres preparan: la cabuya, el tinte, el urdido, el amarrado, el teñido, el desamarrado, hacen el fleco y también el almidonado. En síntesis, la técnica del *Ikat* consiste en teñir los hilos antes de

tejerlos, evitando, por medio de nudos, la tinta penetre en algunas secciones (Brito, 2020).

En el año 2015, la técnica del Ikat fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, la misma que, aunque es originaria de Indonesia, ha logrado expandirse en varios países de Latinoamérica.

Imagen 6 *Técnica del Ikat*



Imagen 7 *Macanas.*



Los Sombreros y Figuras de Paja Toquilla. La historia dice que, en el siglo XVI, un indígena de la provincia de Manabí utilizó la paja toquilla para recrear la forma de los sombreros de los españoles, que más adelante en el siglo XIX, la gente de la provincia del Azuay y Cañar también en el desarrollo de esta actividad.

UCUENCA

Así pues, en el país se dio lo que se conoce el “boom toquillero”, pues se la demanda en el extranjero comenzó a crecer, y los sombreros de paja toquilla eran exportados en gran volumen, generando así una etapa económica próspera en el país, incluso superando los precios del cacao, en aquella época (Ministerio de Turismo, 2020b).

Ahora bien, en la parroquia gualaceña de San Juan, la actividad del tejido en paja toquilla ha ido más allá, pues ahora las tejedoras han incluido a sus artesanías artículos como: joyeros, servilleteros, porta vajillas, porta vasos, etc., todos realizados con la materia prima de nombre científico *Carludovica Palmata* (Municipalidad de Gualaceo, 2020d).

Carpintería: La habilidad de los carpinteros gualaceños, especialmente de los sectores de Bullcay, Bulzhún y Nallig, transforman la madera de canelo o laurel, en muebles de tallado fino y de alta calidad, por lo que son muy cotizados por el resto de la población azuaya, entre las piezas más populares se destacan: los juegos de sala, dormitorio, comedor, etc., generando así ingresos económicos importantes para los habitantes del cantón (Municipalidad de Gualaceo, 2020e).

Calzado: Gualaceo, también es conocido por sus hábiles trabajos en la industria de la zapatería, remontando sus inicios en los años 1890, con la curtiembre de pieles y zuelas para fabricar zapatos que, consecutivamente las técnicas fueron mejorando hasta obtener la gamuza. Debido a que eran elaborados manualmente, se apoyaban en pedazos de madera para dar forma al calzado con el cuero y la zuela. Ahora, el

trabajo manual se ha sustituido por máquinas, que continúan produciendo en grandes cantidades, esta cotizada prenda de vestir que ha logrado constituir un pilar fundamental en la economía del cantón, pues, tan solo en el centro existen cerca de 50 tiendas listas para ofrecer al público, todo tipo de diseños, estilos y acabados en calzado para damas y caballeros (Municipalidad de Gualaceo, 2020f).

Imagen 8 *Calzado.*



Nota: Adaptado de *Calzado*, Municipalidad de Gualaceo, 2020, <http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Artesanías+y+Paisajes#prettyPhoto>

c) Fiestas tradicionales.

El carnaval del Río Santa Bárbara: Esta fiesta es una de las más populares del cantón, pues al son de la música la gente desfila en una colorida procesión llena de diversión, bailes con los trajes típicos y la espuma carnavalera que manifiestan la algarabía que existe dentro de la gente local y foránea. Esta festividad atrae miles de visitantes que quieren ser partícipes del festejo de Carnaval, con la tradición gualacense de recorrer las principales calles principales del cantón hasta finalizar en las orillas del Río Santa Bárbara, no sin antes jugar con carioca, maicena y

UCUENCA

harina, para finalmente lanzarse a disfrutar de las heladas aguas del afluente mencionado (Municipalidad de Gualaceo, 2020g).

Imagen 9 *Carnaval*



Nota: Adaptado de *Carnaval de Gualaceo*, Municipalidad de Gualaceo, 2020, <http://www.gualaceo.gob.ec/galeria/imagenes/Carnaval%20de%20Gualaceo/2#prettyPhoto>

Cantonización de Gualaceo: Una de las fechas más conmemorativas para el cantón de Gualaceo es el 25 de junio, ya que se conmemora el aniversario de su cantonización y, el festejo se lo hace en grande. La variedad de platos típicos en derredor envuelve el ambiente de festejo para la elección de la “cholita” y la Reina de Gualaceo, para que cerca del anochecer las bandas de pueblo inicien sus melodías mientras que el Río Santa Bárbara se ilumine el paso de la barcaza adornada con vistosos colores, en donde pasan las recién elegidas Cholita y Reina, al son de la alegre música y de los juegos pirotécnicos que van a la par con la explosión de emociones de los presentes (Municipalidad de Gualaceo, 2020g).

Festival del Dulce y El Rosero: El ambiente festivo inicia también el 29 de noviembre, cuando la Asociación de planificadores del Cantón realiza una feria del

tradicional Rosero, una bebida que encanta a niños, jóvenes y adultos (Municipalidad de Gualaceo, 2020g).

Fiestas Religiosas

Homenaje al Patrón Santiago: El 25 de julio marca una fecha memorable para los gualaceños, pues se pone en escena una dramatización de la guerra entre morros y cristianos, que deleita al público, quienes si son creyentes reafirman su fe en el Patrono Santiago, y en las costumbres católicas de veneración a La Santísima Virgen y La Santísima Trinidad, todo esto acompañado de comparsas y una música especial (Ecuador Turístico, 2020).

Fiesta del señor de los Milagros: A finales de año, específicamente el 24 de septiembre, el cantón se llena nuevamente de esperanza y júbilo debido a la fiesta de los tres días en honor al Señor de los Milagros; en donde, nuevamente los fieles católicos expresan su devoción al santo milagroso, por medio de una peregrinación matutina, coronada por la sagrada misa a la que asisten varios fieles. Finalizando el día se realiza la quema de castillos, acompañados por bailes populares (Ecuador Turístico, 2020).

Semana Santa: Una de las fechas más importantes no solo para el cantón sino para el país en general, es la mejor conocida como Semana Mayor. En la cual, a partir del miércoles de Ceniza los fieles católicos se preparan para los cuarenta días de reflexión espiritual, marcados por ayunos de carne los días viernes y en general realizando una introspección personal para mejorar de vida. La adrenalina llega al

UCUENCA

tope el Domingo de Ramos, fecha en la que según las creencias católicas Jesús llegó a Jerusalén, y en donde los fieles festejan con ramos levantados hacia el cielo, dentro de las misas celebradas en los templos. Durante toda la semana se continúa con una serie de ritos católicos que denotan devoción, meditación y reflexión. Cabe destacar que la imagen del Apóstol Santiago, patrono del cantón Gualaceo, recorre las comunidades bendiciendo al pueblo (Ecuador Turístico, 2020).

Pase del niño: El 24 de diciembre llega la expresión cultural y religiosa más significativa de los fieles católicos, en honor al niño Jesús. En el cantón se realizan diversas procesiones, en las cuales los fieles van revestidos de apóstoles, ángeles, vírgenes y más figuras bíblicas, cantando villancicos tras los carros alegóricos, que llevan la imagen del niño Jesús, como muestra de devoción y amor (Ecuador Turístico, 2020).

En conclusión, de acuerdo a los conceptos básicos del turismo, situación histórica y actual del turismo en el Ecuador y el Azuay, además de los datos cuantitativos y cualitativos acerca de la situación actual del cantón Gualaceo, se tiene una base sólida para justificar por qué merece ser reconocido como producto turístico abierto al público, tal como se lo conoce hasta el momento, y que está listo para explotarlo turísticamente de manera responsable.

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN GUALACEO, PARA ESTABLECER LAS PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y

COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO

2.1 Identificación de los prestadores de servicios turísticos del cantón.

En el presente capítulo, se reconocerán los principales prestadores de servicios turísticos del cantón, con la finalidad de examinar las empresas dedicadas netamente a la actividad turística del del cantón. De la misma manera, se identificarán la oferta y la demanda turística, y se determinarán mediante una matriz FODA los puntos más sobresalientes de Gualaceo, para finalmente realizar un comparativo entre los principales competidores turísticos del cantón, con lo cual se tendrán conocimientos más profundos para plantear la propuesta de plan de marketing.

Ahora bien, dentro de la oferta turística básica se encuentran las empresas que están dedicadas únicamente al servicio turístico, las cuales se encuentran categorizadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador, por lo tanto, en Gualaceo existen:

2.1.1 Agencias de viajes

Dentro del Catastro de Actividades Turísticas, se registran 7 empresas dedicadas a la actividad de operación e intermediación turística, catalogadas como agencias de viajes de categoría dual, como se evidencia en la sección de anexos en la Tabla 5. Estas agencias actualmente mantienen su operatividad activa, siendo la más antigua la creada en el año 2003 y la más reciente en el año 2013 (Municipio de Gualaceo, 2019).

2.1.2 Alimentos y bebidas

Actualmente, el cantón Gualaceo cuenta con un total de 70 establecimientos dedicados a los servicios de restauración alimentaria. Diferenciando 47 lugares categorizados como como restaurantes, en donde existen 2 de segunda categoría, 28 de 28 de tercera categoría y 14 de cuarta categoría. Adicional, existen 11 establecimientos que se clasifican como bares, de los cuales 1 es de segunda categoría y 10 de tercera categoría; en el caso de las fuentes de soda únicamente existen 10 fuentes de soda de tercera categoría. Finalmente, dentro de la clasificación de cafeterías únicamente hay 2 cafeterías de tercera categoría, el detalle de las mismas se los puede encontrar en las Tablas 6, 7, 8 y 9 (Municipio de Gualaceo, 2019).

2.1.3 Alojamiento

Dentro de los servicios de alojamiento que brinda el cantón Gualaceo, existen 13 establecimientos dedicados a la actividad de hospedaje, los cuales se clasifican en

hoteles, hostales y hosterías. Las respectivas categorizaciones son: 3 hoteles de tercera categoría, 7 hostales, diferenciados como 3 de segunda categoría y 4 de tercera categoría; y, 3 hosterías, de las cuales 2 son de primera categoría y 1 de segunda categoría. El detalle de las mismas se los encuentra en las Tablas 6 y 7, en la sección de Anexos (Municipio de Gualaceo, 2019).

2.1.4 Ocio y recreación

Las actividades de recreación forman un vínculo estrecho con los visitantes de una zona, pues se consideran como parte fundamental del turismo. Así pues, entre los establecimientos que ofrecen servicios de ocio y recreación dentro del Cantón Gualaceo, se encuentran registradas: 5 discotecas, 1 de primera categoría y 4 de segunda categoría; 2 salas de recepciones y banquetes, de segunda categoría; 3 termas y balnearios, 1 de primera categoría y 1 de segunda categoría, cuyo detalle correspondiente se lo identifica en la Tabla 11 (Municipio de Gualaceo, 2019).

2.1.5 Transporte Turístico

De acuerdo a los registros del Ministerio de turismo (2019), el Cantón Gualaceo actualmente no cuenta con transporte turístico categorizado. No obstante, los visitantes que llegan al lugar, lo realizan por medio del transporte interprovincial urbano existente, por medio de las empresas de transporte urbano: Santiago de Gualaceo y Santa Bárbara, las cuales, desde la Ciudad de Cuenca, tienen frecuencias durante todo el día aproximadamente cada 15 minutos. Y, también utilizan servicios de transporte turístico privado desde la Ciudad de Cuenca.

2.1.6 Oficina de información turística.

El Municipio del cantón Gualaceo cuenta con una oficina de información turística ubicada en las calles Gran Colombia y 3 de noviembre. La cual cuenta con información de los principales atractivos turísticos del sitio, por lo que brinda al visitante material impreso tales como folletos, mapas, *flyers*, revistas, entre otros. Sin embargo, el servicio de la misma se ve limitado debido a que se encuentra abierta al público de lunes a viernes mientras que los días sábado y domingo permanece cerrada.

2.2 Determinación de las Estrategias de Promoción Utilizadas en la Comercialización de la Oferta Turística

La oferta turística del cantón Gualaceo se encuentra gestionada por los siguientes organismos: del Gobierno Autónomo Descentralizado de Gualaceo, el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Cámara de Turismo del Azuay, que, en conjunto con los diferentes agentes de la parte privada, han unido esfuerzos para desarrollar de manera efectiva la actividad turística en el cantón. Así pues, dentro del Plan de Desarrollo Turístico de Gualaceo creado por un Equipo de Consultores expertos en Turismo para la Municipalidad de Gualaceo (2015), se detallan las siguientes estrategias de comercialización turística:

2.2.1 Diseñar e Implementar un Modelo de Planificación Turística Participativo Dictaminando las Políticas Pertinentes para el Desarrollo de esta Actividad

En primera instancia, se puede analizar que el Plan de Desarrollo turístico de Gualaceo propone en primera instancia la conformación de una estructura legal con ordenanzas y reglamentos para que los productos puedan ofrecerse en un mercado idóneo y que se encuentren en óptimas condiciones. Lo que se pretende es que las empresas tanto públicas y privadas se sientan amparadas por la ley y puedan desarrollar la actividad turística con normalidad; así también, el GAD Municipal cuenta con la responsabilidad de mejorar y dar mantenimiento continuo al cantón, marcando su enfoque en los espacios públicos, para dar una mejor impresión a los visitantes (Municipalidad de Turismo, 2015).

Es importante recalcar que, dentro de esta estrategia las principales actividades que se destacan son: la reestructuración de la administración de turismo dentro del GAD Municipal, la creación de estatutos y ordenanzas para el mejor desarrollo del turismo, el mejoramiento de la infraestructura y servicios turísticos, la creación de alianzas entre las empresas públicas y privadas para un desarrollo más estructurado del turismo, y la creación de proyectos de promoción y desarrollo turístico (Municipalidad de Turismo, 2015).

2.2.2 Realizar Actividades Planificadas de Promoción para el Posicionamiento de Gualaceo como Destino Turístico a Nivel Nacional.

Dentro del Plan de Desarrollo Turístico de Gualaceo se manifiesta que la parte de promoción es fundamental para comunicar los esfuerzos de planificación turística

UCUENCA

realizados dentro del cantón, para que exista una dinámica natural de comercialización de productos turísticos y que se pueda generar beneficios económicos (Municipalidad de Gualaceo, 2015, p.p. 118).

Por lo tanto, para llevar a cabo la estrategia en cuestión las principales actividades que la Municipalidad plantea son: atraer más visitantes al cantón por medio de la promoción de la industria de calzado y de las principales fiestas locales, emplear un *Community Manager*⁸ para la promoción turística de Gualaceo, creación de una página web virtual con la imagen turística personal del cantón, creación y participación en *workshops*⁹, *fam trips*¹⁰ y *press trips*¹², promoción de las macanas a nivel nacional bajo el título de “Patrimonio Cultural de la Nación”, participación en actividades de promoción turística en conjunto con Cuenca a nivel nacional e internacional y promoción nacional del Corredor Turístico de Santa Bárbara (Municipalidad de Gualaceo, 2015, p.p. 118)

De igual forma, el GAD Municipal de Gualaceo ha ido desarrollando una amplia promoción en el ámbito turístico, tal como se lo evidencia a través de la implementación de su página web www.visitagualaceo.travel y, su marca cantonal mejor conocida como “Gualaceo, Jardín del Azuay”.

⁸ Responsable de la comunicación virtual, en redes sociales y otros medios virtuales.

⁹ Jornadas de comercialización para la facilitación de encuentros de negocios entre las empresas turísticas.

¹⁰ Viajes de familiarización turística, generalmente otorgados por los operadores y agencias de viajes.

¹² Viajes organizados a profesionales del turismo, especialmente periodistas de guías, medios de comunicación y revistas turísticas.

Ilustración 2

Marca e Identidad del cantón Gualaceo



Nota: Adaptado de *Manual de Identidad Visual*, Municipalidad de Gualaceo, s.f., [Archivo pdf].

Estos factores han permitido una mejor divulgación de los productos y rutas turísticas propuestas, a la par que los visitantes conocen y se pueden informar mejor acerca de las actividades que pueden realizar en el cantón. Cabe recalcar, que dicha página no promociona, ni está relacionada con ninguna entidad privada, pero si promociona los diferentes atractivos turísticos, naturales y culturales, por lo que los visitantes pueden buscar información del sitio por cuenta propia.

La fuerte alianza estratégica que mantienen la Fundación de Turismo para Cuenca y la Municipalidad de Gualaceo que ha permitido la creación de rutas turísticas, como la *Ruta Macanas y Orquídeas* que fue se lanzó en el año 2017 y que se ha venido desarrollando hasta la actualidad, el mismo que permite al visitante conocer los talleres artesanales y el Orquideario Ecuagénera, enfocado al segmento de Guayaquil (El Universo, 2017).

2.2.3 Incentivar al Emprendimiento y Desarrollo del Sector Turístico Comunitario y Privado.

La presente estrategia pretende que los emprendedores en la actividad turística cuenten con la asesoría profesional necesaria para sus proyectos, ya sea para la implementación de estrategias de promoción, comercialización, obtención de financiamiento, etc. Así también, de que estos emprendimientos aprovechen los atractivos naturales y culturales que tiene el cantón con la finalidad de que a través de estos incentivos los emprendedores puedan sentirse motivados e incursionar en el mercado del transporte turístico, que es uno de los servicios que necesita la oferta para completarse (Municipalidad de Gualaceo, 2015, p.p. 121-124).

2.2.4 Fortalecer y Mejorar los Conocimientos y Capacidades Técnicas de la Población Local Vinculada con la Actividad Turística.

La presente estrategia indica la necesidad que tiene el cantón de fomentar las habilidades y destrezas de los prestadores públicos y privados, para que estos puedan ofrecer un servicio de calidad a los visitantes, comenzando por la concientización de la importancia del turismo dentro de las escuelas y colegios, incluso proponer la formación técnica local en Turismo y formación profesional en esta misma área en coordinación con institutos del Azuay y a nivel nacional. De esta manera los visitantes podrán tener las mejores experiencias por lo que recomendarán a sus amigos y familiares; esto permitirá que sus aportaciones económicas obtengan un mejor desarrollo tanto como en el ámbito turístico, social y económico en Gualaceo (Municipalidad de Gualaceo, 2015, p.p. 129-130).

2.3 Identificación de la oferta turística del cantón Gualaceo

Con la finalidad de satisfacer la demanda de los visitantes, la oferta turística debe contar con todos los componentes para poder ser vista de una manera que pueda generar interés por parte del viajero, generalmente se incluyen: los recursos turísticos ¹¹ , la planta turística ¹² , la infraestructura turística ¹³ , los servicios complementarios, y el producto turístico.

2.3.1 Planta turística

A más de los prestadores de servicios descritos en el punto 2.1, según el Catastro de Actividades Turísticas 2019 facilitado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, en el cantón Gualaceo se encuentran 13 establecimientos dedicados a la actividad de alojamiento, de los cuáles, 3 se clasifican como hosterías siendo 2 de primera categoría y 1 de segunda categoría; 7 hostales siendo 3 de segunda y 4 de tercera categoría; y, 3 hoteles de tercera categoría.

Además, se encuentran 64 establecimientos dedicados a la actividad de alimentos y bebidas. De los mismos, 38 se clasifican como restaurantes, siendo 3 de segunda categoría, 24 de tercera categoría y 11 de cuarta categoría; 15 se clasifican como

¹¹ Elementos naturales o culturales que pueden ser explotados, pero que por sí mismos no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes (Entorno Turístico, 2020).

¹² Incluyen: el alojamiento, los restaurantes, los servicios complementarios, los medios de transporte y la infraestructura básica.

¹³ Rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano.

UCUENCA

bares, siendo 2 de segunda categoría y, 13 de tercera categoría; también existen 10 fuentes de soda de tercera categoría y solo 1 cafetería de tercera categoría.

Entre los establecimientos que ofrecen servicios de ocio y recreación se encuentran registrados 5 discotecas siendo 1 de primera categoría y 4 de segunda categoría; 2 salas de recepciones y banquetes de segunda categoría; 3 Termas y Balnearios 1 de primera categoría y 1 de segunda categoría.

También, existe en el cantón 5 empresas dedicadas a las actividades de operación e intermediación turística clasificadas como agencias de viajes de categoría dual.

2.3.2 Infraestructura Turística

Ahora bien, dentro de la infraestructura turística de Gualaceo, según el Informe de Rendición de Cuentas de la Dirección Distrital 01D04 del Ministerio de Educación (2019), Gualaceo y Chordeleg cuentan con 62 instituciones que brindan educación primaria, básica y bachillerato, este último con las especializaciones de: Bachillerato en Ciencias, Bachillerato Técnico, Bachillerato Internacional y Bachillerato Técnico Productivo, una Unidad Educativa del Milenio, la Unidad Educativa Especial, Extensiones de Sostenimiento Fiscomisional e Instituciones Educativas Particulares. (Ministerio de Educación del Ecuador, 2019).

Actualmente, el cantón de Gualaceo cuenta con establecimientos de salud, distribuidos en varias zonas como: Laguan Centro, Centro de San Juan, Izharban Centro, Jadán, Gualaceo y Parroquia Zhimad, la mayoría de ellas cuentan con instalaciones bien cuidadas y algunas adaptadas para personas con capacidades

diferentes, salida de emergencia y, por lo general el horario de atención es de domingo a domingo de 8:00 a 17:00am para el servicio de medicina general y, el servicio de emergencia trabaja las 24 horas. Todo el detalle de los nombres y tipología de los centros mencionados se encuentran en la Tabla 13, en la sección de Anexos (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2019).

Además, cuenta con una Unidad de Policía Nacional que se encuentra ubicada en el centro de Gualaceo, en las calles Gran Colombia y Benigno Vásquez, también cuenta con una unidad de Cuerpo de Bomberos de Gualaceo, ubicada en la calle Benigno Vásquez y Gran Colombia (Alcaldía de Gualaceo, 2020).

En cuanto a los servicios de agua potable, se cuenta con la Empresa Municipal de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de Gualaceo, EMAPASG-EP, que otorga el líquido vital para el consumo confiable del agua potable directo del grifo (EMAPASGEP, 2018). Asimismo, el cantón cuenta con el “Programa de Agua y Saneamiento Gualaceo 2050”, que permitirá conservar y proteger las fuentes de agua del cantón, especialmente en Capzha, Parculoma, Jumpirán, Cruz Tocteloma, Yabrún, Quimzhi, Nallig y la planta de agua potable Capzha; y, además a través del mismo se plantea continuar con el saneamiento de la ciudad (El Mercurio, 2018).

En cuanto al servicio de comunicación el cantón cuenta con la cobertura de las operadoras de telefonía móvil Claro, Movistar y CNT. Mientras que, la telefonía fija es proporcionada por la empresa de servicios de telecomunicaciones

Gualaceoteve Cia.Ltda y los proveedores de Internet local son: Igotel y Austronet.

Ahora bien, en lo referente a comunicación vial, desde la ciudad de Cuenca se puede llegar a tan solo 40 minutos, a través de la mejor y más rápida vía de acceso que es por la Vía Panamericana, que se encuentra en muy buen estado, luego de ello para ingresar al cantón se toma la vía E40 que se encuentra muy bien asfaltada y por donde circulan compañías de transporte como Santiago de Gualaceo, Express Sígsig y Cenepa.

En síntesis, las principales rutas de acceso al cantón son:

- Vía Cuenca – Descanso – Gualaceo: Vía de primer orden con 35 kilómetros de distancia.
- Vía Cuenca – Jadán – Gualaceo: Vía de segundo orden con 54 kilómetros de distancia
- Vía Limón Indanza – Plan de Milagro – Gualaceo: Vía de segundo orden con 71 kilómetros de distancia (Lucero, 2015).

2.3.3 Productos Turísticos

Los principales productos turísticos del cantón Gualaceo se clasifican en:

productos de turismo cultural, productos de turismo rural, productos de turismo de naturaleza o ecoturismo, productos de turismo gastronómico, productos de turismo

de compras, productos de turismo y productos de turismo de aventura, los cuales se especifican mejor en la Tabla 1 (Municipalidad de Gualaceo, 2015).

Tabla 1 Principales productos turísticos de Gualaceo

Productos	Micro-productos	Espacios Geográficos	Estacionalidad	Etapas Productivas
Turismo Cultural	Sitios de interés Histórico - Cultural. Circuitos Culturales e Históricos.	Centros urbanos y Centros Parroquiales	Todo el año	Potencial y en Desarrollo.
Rural	Actividades rurales y/o Visitas a parroquias, puestos, fábricas y otras empresas que procesan productos agrícolas ganaderos Artesanías y tradiciones	Parroquias Rurales	Todo el año	Potencial y en Desarrollo.
Turismo Naturaleza Ecoturismo	De Visitas y circuitos por áreas naturales. Observación de flora/fauna Turismo Científico Turismo Educativo	Áreas Protegidas Bosque Protector Aguarongo Bosque Protector Collay Maylas	Todo el año	Potencial y en Desarrollo.
Turismo Compras	De Visita a tiendas y fábricas de calzado. Visita a talleres artesanales	Centros urbanos y centros parroquiales	Todo el año	Potencial y en Desarrollo.
Turismo Gastronómico	Visita a mercados donde se ofertan platos típicos y bebidas como el rosero	Mercado 25 de junio y en panaderías	Todo el año	Escaso Desarrollo.
Turismo Aventura	De Trekking, caminatas, cabalgatas Senderismo, ciclismo de montaña, kayak, pesca deportiva, supervivencia Actividades aéreas, parapente	Montañas, Ríos, Parroquias Rurales	Todo el año	Escaso Desarrollo.

Nota: Adaptado de *Plan de Desarrollo Turístico de Gualaceo*, Municipalidad de Gualaceo, 2015, [Archivo pdf].

Así pues, se puede evidenciar que el cantón Gualaceo cuenta con una extensa gama de productos turísticos, de los cuales la mayoría se encuentran disponibles todo el año. En cambio, otros necesitan ser desarrollados y explotados de manera inteligente para que puedan rendir mejores beneficios para el cantón. Aún así, el hecho de contar con varios tipos de productos en un mismo lugar debe ser considerado como una vasta zona turística, la misma que puede ofertar muchas actividades a sus visitantes, y que hacen que el lugar sea mayormente apreciado por los visitantes locales e internacionales, y que el turista realice varias actividades, sin catalogar a Gualaceo con una sola etiqueta.

2.4 Análisis de la demanda turística del cantón Gualaceo: Perfil del turista que visita el cantón Gualaceo.

Para determinar el perfil del turista que visita el cantón Gualaceo, es preciso determinar su comportamiento, gustos, preferencias, tiempo de estadía y nivel de satisfacción dentro del cantón. Así pues, se ha hecho uso de la técnica de la encuesta, con base en el procedimiento probabilístico del *muestreo aleatorio simple*, pues los elementos que se encuentran dentro de la marca muestral, es decir el número total de visitantes que llegan a Gualaceo, tienen las mismas probabilidades semejantes de ser escogidos dentro de la muestra, y contar con el perfil que se está investigando.

Así pues, la demanda mensual de visitantes de Gualaceo, ha sido determinada de la siguiente manera: en primera, se ha ubicado el número total anual y mensual de visitantes que llegan a la ciudad de Cuenca, ya que es el punto de llegada más cercano para llegar a Gualaceo, que es de 985.361 visitantes anuales y 82.113 visitantes mensuales en promedio. Luego, se ha determinado el porcentaje promedio de turistas nacionales e internacionales que prefieren viajar a Gualaceo, es decir; un 20% y; finalmente, se ha realizado una relación entre el número total mensual de visitantes de la ciudad de Cuenca y el porcentaje de turistas que prefieren visitar Gualaceo, obteniendo así, un total de 16423 visitantes mensuales promedio que llegan al cantón Gualaceo, los cuales pueden distinguirse de manera más gráfica en la Tabla 2.

Así, es importante mencionar que los datos estadísticos han sido tomados del Estudio de la Demanda y la Oferta Turística de la Ciudad de Cuenca, en su boletín anual del año 2018, el mismo que ha sido realizado por el Grupo de Investigación en Economía Regional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Universidad de Cuenca (GIER, 2019, p.p. 67 y 87).

Tabla 2

Análisis estadístico para determinar el promedio mensual de turistas que visitan

Gualaceo

ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS EN CUENCA AÑO 2018	# TURISTAS ANUALES	# TURISTAS MENSUALES	PORCENTAJE
Promedio de Turistas Nacionales	732337	61028	74%
Promedio de turistas extranjeros	253024	21085	26%
Número total de turistas	985361	82113	100%

Tasa promedio de turistas totales que viajan de Cuenca a Gualaceo	20%
--	-----

Promedio mensual de turistas que visitan Gualaceo	16423
--	-------

Nota: Adaptado de *Estudio de la Demanda y Oferta Turística de la Ciudad de Cuenca Boletín Anual 2018*, GIER, [Archivo pdf].

Ahora bien, para determinar el tamaño de la muestra, se sustituye el número promedio mensual de turistas que visitan Gualaceo como el tamaño de la población, con una probabilidad de éxito del 50%, un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%, a través de la siguiente fórmula de muestreo aleatorio simple:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

En donde: $z = 90\% = 1.65$, $e =$

$N =$ Tamaño de la población margen de error 5%

$N = 16423$ visitantes $p =$ (expresado en decimales)

probabilidad de éxito 50%,

$z =$ nivel de confianza

Así pues, al sustituir la fórmula con las variables indicadas, se obtiene una muestra de 376 encuestas a realizar, las cuales para mayor facilidad de manejo de datos se han redondeado a 400 encuestas.

2.4.1 Perfil del Turista

En conformidad con los datos obtenidos mediante encuestas, se tiene que el visitante del cantón Gualaceo, el 87% se encuentra principalmente en un rango de edad entre 19 y 65 años, seguido por el 8% que tienen edades mayores o iguales a 65 años. Del total de encuestados indican que el 55% son de género femenino y el 45% son del género masculino. En cuanto al estado civil, el 40% es soltero, seguidos del 31% en unión de hecho y el 27% que son casados, también el 48% prefiere viajar con amigos, seguidos del 35% que desea viajar en familia. En cuanto al nivel

de instrucción, el 50% de los visitantes cuenta con estudios de bachillerato, mientras que el 48% tiene educación superior, y, del total de encuestados el 17% son comerciantes, 13% técnicos en diversas ramas, y el 12% tienen ramas afines en mecánica.

El rango promedio de ingresos mensual es de \$401 a \$800, como lo evidenció el 37% de los encuestados, seguido del 35% que reciben entre cero a \$400, es decir un salario básico. De acuerdo, a los resultados el 46% de los encuestados indica realizar un gasto promedio entre \$16 y \$25 dólares diarios en el destino, seguido por el 34% que gastaría de cero a \$15, por persona.

En cuanto a la procedencia, la mayoría de los visitantes son de procedencia nacional, es decir el 59%, y; en menor porcentaje los turistas extranjeros con un 41%. En cuanto a los turistas nacionales la mayor parte de ellos proviene de la región Sierra, es decir el 51%, en comparación con el 39% que fueron oriundos de la Costa y el 10 % de la Amazonia. Ahora bien, como medio de transporte principal, el 53% de los encuestados mencionó haber utilizado el transporte público interprovincial, mientras que el 36% utilizó vehículo propio.

La principal motivación del turista para visitar el cantón es la gastronomía (29%), seguido por el 22% que acude motivado por el campo y la naturaleza; y el 16% visita el lugar motivado por las compras de artesanías, las cuales incluyen la compra de calzado, macanas, etc., dejando el 15% de los visitantes interesados por las fiestas o eventos culturales.

Igualmente, al consultar específicamente sobre el nivel de satisfacción de los servicios utilizados, se menciona la satisfacción de la gastronomía, calificada por un 49% como bueno y un 32% como muy bueno; de igual manera, el 58% de los encuestados menciona que el servicio al cliente fue bueno, seguido por el 22% que lo califica de muy bueno. En cuanto al alojamiento, el 55% de los encuestados

que utilizaron el servicio de alojamiento afirmó que era bueno, mientras que el 40% lo colocó como muy bueno, y; en cuanto a la infraestructura, el 57% afirmó que era buena. Ahora bien, cabe recalcar que, el 60% de los encuestados afirma tener un nivel de satisfacción de seguridad muy buena, por parte de la seguridad ciudadana local.

Finalmente, el 94% de los encuestados manifestaron que recomendarían visitar el cantón Gualaceo con fines turísticos, para lo cual indican que se debería mejorar la señalización turística, tal como se manifestó en el nivel de satisfacción, al que el 47% catalogó como regular.

2.4.2 Análisis FODA del Cantón Gualaceo

Con la finalidad de obtener resultados más claros para la propuesta del plan de marketing, se ha seleccionado la herramienta del FODA cruzado, la misma que según López & Naranjo (2013), lo definen como:

Un diagnóstico que es capaz de comparar una estrategia a fin de alcanzar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo para las empresas, mediante la comparación de fortalezas con oportunidades, debilidades y oportunidades, etc., interactuando con cada variable que se da en este modelo (p.p 23). Así pues, el análisis FODA realizado para el cantón Gualaceo presenta los parámetros descritos en la Tabla 3, para luego, dentro de la Tabla 4 realizar

un FODA cruzado, el mismo que permitirá verificar el estado actual del cantón para determinar las estrategias que se pueden llevar a cabo.

Tabla 3

Matriz FODA para análisis estratégico del cantón Gualaceo.

DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)	
1	Dificultad de conectividad y turística del centro cantonal y atractivos turísticos distantes	1	Excesiva planta hotelera en Cuenca
5	Falta de promoción sobre los productos turísticos del cantón del GAD y del Ministerio de Turismo	2	Cambio de motivación en la demanda
7	Insuficiencia de empresas de turismo propias del cantón.	3	Competitividad de cantones aledaños con productos turísticos similares.
8	Falta de programas de capacitación en el ámbito turístico	4	Cambios políticos y económicos a nivel nacional
9	Falta de infraestructura adecuada para personas con capacidades especiales	5	Transculturización

FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	Diversidad patrimonial natural con 2 títulos patrimoniales: Título Patrimonial Cultural y la técnica como Patrimonio Cultural Inmaterial Ecuador.	1	Gobiernos autónomos descentralizados abiertos a la cooperación interinstitucional para desarrollar y promover la actividad turística del cantón.
2	Vinculación del GAD en el sector turístico	2	Crecimiento de un turismo sostenible y sustentable.
3	Gastronomía típica reconocida	3	Gran afluencia de turistas al cantón de las ciudades aledañas.
4	Marca turística implementada "Jardín del Azuay" con su propia página para visualizar toda la información de los atractivos turísticos	4	Múltiples atractivos turísticos aún no explotados
5	Servicios básicos en óptimas condiciones	5	Convenios turísticos

Nota: Matriz realizada con base en los datos recopilados analizados a lo largo de todo el proyecto.

Tabla 4

Análisis FODA del Cantón Gualaceo

Análisis Externo		Fortalezas					Debilidades				
		Diversidad patrimonial natural y cultural, con 2 títulos patrimoniales: Título de Patrimonio Cultural y la técnica del Ikat como Patrimonio Cultural inmaterial del GAD en el desarrollo turístico	Gastronomía típica reconocida y variada	Marca turística implementada como "El Jardín del Azuay" con su propio sitio web de atractivos turísticos	Festividades que generan ingresos turísticos	Falta de promoción sobre los diferentes productos turísticos del cantón por parte del GAD y del Ministerio de Turismo	Insuficiencia de empresas de transporte turístico propias del cantón	Falta de programas de capacitación en el ámbito turístico	Falta de infraestructura accesible para personas con capacidades especiales	Dificultad de conectividad y señalización turística del centro cantonal a ciertos atractivos turísticos distantes	
Oportunidades	Gobiernos autónomos descentralizados abiertos a la cooperación interinstitucional de turismo en el cantón	5	6	6	6	6	2	2	5	4	5
	Crecimiento de un turismo sostenible y sustentable.	4	4	6	7	6	4	1	5	1	5
	Gran afluencia de turistas al cantón Gualaceo provenientes de las ciudades aledañas.	5	6	7	5	7	5	5	6	5	5
	Múltiples atractivos turísticos aún no explotados	2	6	6	4	4	6	1	6	6	6
	Convenios turísticos	5	6	4	5	7	6	2	6	5	6
Amenazas	Excesiva planta hotelera en Cuenca	5	3	2	3	2	3	4	4	1	1
	Cambio de motivación en la demanda	2	1	4	1	2	1	3	2	6	1
	Sitios turísticos aledaños con productos turísticos similares	4	5	5	2	5	5	5	5	5	2
	Cambios políticos y económicos a nivel nacional	5	6	4	4	6	5	4	5	4	3
	Epidemias	1	7	6	1	6	3	1	5	4	1

Nota: Las incidencias de la matriz indican: 1=muy bajo, 2=bajo, 3=medio, 4=medio alto, 5= alto, 6= muy alto y 7= total.

Resultados:

FO	135
DO	110
FA	92
DA	83

Nota: Matriz realizada con base en los datos recopilados analizados a lo largo del proyecto.

Ahora bien, luego de realizar el análisis FODA, se observa que el resultado de la matriz es Fuertemente Reactivo (FO), es decir, que el territorio cuenta con fortalezas que permiten acceder a cualquiera de las oportunidades presentes en el entorno.

2.5 Comparativo de los principales competidores turísticos con el cantón

El Geoportal de Viajes Internos Turísticos del Ecuador, más conocido como GEOVIT (2018), el cual mide la demanda interna de turismo en el Ecuador, clasificándolo por provincias y cantones. Por lo tanto, se han analizado los datos de turísticos, de estadía por noche por visitante del cantón Gualaceo, comparándolo con las cifras de los cantones aledaños de Paute, Santa Isabel y Azogues, ya que poseen características turísticas similares y, se encuentran localizados muy cerca del mismo. Así pues, las cifras indican que el cantón Gualaceo en el año 2018, presentó un estimado de 1 185 834 visitantes anuales¹⁴, mientras que Paute tuvo 177 054 visitantes, Santa Isabel 437 416 visitantes, Chordeleg 61 018 visitantes y Azogues 1 619 354 visitantes.

¹⁴ Los gráficos detallados del número de turistas que ingresan a Gualaceo, Paute, Santa Isabel y Azogues se encuentran en la sección de Anexos 4.

De esta manera, se puede evidenciar que, el principal competidor turístico azuayo del cantón Gualaceo es Santa Isabel, aunque solamente cuente con el 37% del número total de turistas anuales que tiene Gualaceo; sin embargo, la ciudad de Azogues sería el competidor más fuerte, teniendo un 37% más de visitantes anuales (GEOVIT, 2018).

En el caso de Gualaceo, la mayoría de visitantes ingresan por el feriado de Carnaval, la Batalla del Pichincha y el Viernes Santo, contando con un nivel de ingresos económicos medio-bajo, muy similar a los resultados de cantones competidores mencionados.

2.4.2 Matriz de Perfil Competitivo

La Matriz de Perfil Competitivo es una herramienta que sirve para el análisis de las fortalezas y debilidades de una entidad, en comparación con los principales competidores, con el objetivo de determinar la posición estratégica en la cual se encuentra la empresa (Zona Económica, 2020).

En el caso del cantón Gualaceo, se han tomado a los 2 principales competidores para analizar los factores de éxito¹⁵, internos y externos, que hacen que se mantengan en tal posición a nivel turístico, para asignarles un peso relativo¹⁸. Luego, se realiza un *rating*¹⁶ que va desde el 4 al 1, siendo 4 marcado como gran fortaleza, 3 fuerza menor, 2 debilidad menor y 1 gran debilidad (Zona Económica, 2020). Finalmente, se

¹⁵ Elementos diferenciadores que hacen que una empresa tenga ventaja competitiva (Gestiópolis, 2002).

¹⁸ El número indica el grado de importancia que tiene ese factor en la industria. Oscila entre 0,0 como poca importancia y 1.0 como alta importancia (Zona Económica, 2020).

¹⁶ Valoración de varios elementos, en función de una escala (Definición, 2020).

multiplican los valores y las calificaciones correspondientes entre sí, para obtener una puntuación ponderada para cada cantón, tal como se visualiza en la Tabla 4.1.

Tabla 4.1

Matriz de Perfil Competitivo

FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	PESO	GUALACEO		PAUTE				SANTA ISABEL		AZOGUES		
		RATING	PESO PONDERADO	RATING	PESO	PESO PONDERADO	RATING	PESO PONDERADO	RATING	PESO PONDERADO		
Calidad de atractivos turísticos				3	0,36	2	0,24	4	0,48			
Calidad del servicio al cliente	0,124	0,48		3	0,36				3	0,36	3	0,36
Calidad de la planta turística				2	0,24	3	0,36	3	0,36			
Infraestructura turística				3	0,24	2	0,16	3	0,24			
Competitividad precios	0,123	0,36		3	0,36				3	0,36	3	0,36
Estrategias de marketing y comunicación	0,122	0,24		2	0,24				3	0,36	4	0,48
Superestructura turística												
Participación en el mercado				2	0,16	3	0,24	3	0,24			
				3	0,24	3	0,24	3	0,24			
				3	0,24	3	0,24	3	0,24			
				3	0,24	4	0,32	3	0,24			
Posición financiera												
Localización del destino												
TOTAL	1	3,24	2,68						2,88	3,24		

El análisis realizado dio como resultado que, el cantón Gualaceo y el cantón Azogues tienen una valoración turística similar, con puntaje ponderado total de 3,24; lo cual significa que los cantones se encuentran respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en el mercado turístico; es decir, se encuentran aprovechando con eficacia las oportunidades y minimizando las amenazas. Por otra parte, los cantones de Santa Isabel y Paute tienen una ponderación de 2,88 y 2,68, respectivamente, lo cual indica que los cantones se encuentran justo por encima de la media en su esfuerzo por conseguir estrategias que les permitan aprovechar sus oportunidades y enfrentar de mejor manera sus amenazas.

Como conclusión para finalizar el presente capítulo, se ha logrado verificar a detalle la oferta que posee el cantón de Gualaceo, también se han analizado las estrategias actuales de promoción y comercialización del destino. Asimismo, mediante las encuestas se consiguió determinar e identificar la demanda actual del cantón, y observar el perfil del turista, además que se ha completado exitosamente el análisis FODA para el cantón cumpliendo con el objetivo planteado para el desarrollo del capítulo dos.

ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CANTÓN GUALACEO, BASADO EN UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA MEJORAR

LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

3.1 Conceptos básicos de marketing y mercadeo

3.1.1 Marketing

El término *marketing* proviene de la palabra inglesa *market*, la cual hace referencia al mercado, la cual específicamente se conoce como una disciplina que se compone de métodos y estrategias para lograr la promoción y comercialización de un producto, o servicio como es el caso del turismo. Es decir, el marketing estudia las características de la demanda, para satisfacer esas necesidades de manera adecuada (Significados, 2020).

Según la Asociación Americana de Marketing de los Estados Unidos, el término *marketing* hace alusión a la actividad realizada por varias instituciones, que conllevan una serie de procesos, a fin de: comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para los consumidores y la sociedad en general (American Marketing Association, 2013).

Por su parte, Monferrer (2013) dentro de su libro Fundamentos del Marketing piensa que el *marketing* se trata de una filosofía de negocio que gira en torno al cliente, cuyo fin es el de otorgar valor y satisfacción al mercado en cuestión (16).

De esta manera, de acuerdo a las definiciones anteriormente citadas se puede mencionar que *marketing* es la forma que las empresas utilizan sus conocimientos y estrategias para colocar sus productos en la mente del consumidor, siempre y cuando satisfagan las necesidades de la demanda, de forma que se pueda posicionar en un mercado diferenciándose de la competencia.

3.1.1.1 Marketing turístico

De acuerdo a los autores Kotler *et. al* (2011), en su libro Marketing Turístico, el *marketing* es la ciencia y el arte de captar, mantener y hacer crecer el número de clientes rentables, en donde, es primordial crear valor para los clientes y sobre todo crear estrechas relaciones con los mismos, para luego capturar valor de los clientes que generen más clientes (p. 41).

Según Mármol & Ojeda (2016), el marketing turístico es la parte del marketing, que se encarga de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones del sector turístico (p. 8). Para un marketing turístico efectivo, es importante que, las instituciones estatales creen leyes para impulsar el turismo, promocionando las regiones, estados y naciones que tengan a su cargo (Kotler *et. al.*, 2011, p. 63).

3.1.2 Mercadeo

El término mercadeo hace referencia al conjunto de una serie de técnicas que permite que las empresas o instituciones de algún lugar adquieran, creen, produzcan,

distribuyan, promocionen y comercialicen bienes o servicios, para cumplir los objetivos de ingresos económicos (Gestiópolis, 2014).

Así pues, el mercadeo crea una necesidad psicológica de conseguir dicho bien o servicio, que, aplicado en el área de turismo, es lógico que se precise motivar a los clientes y posibles clientes a adquirir los servicios que se están ofertando (Gestiópolis, 2014).

3.2 Evolución histórica del marketing turístico en el cantón Gualaceo

A pesar de que en la antigüedad el cantón Gualaceo tenía poca promoción y desarrollo turístico, en la actualidad, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo desde el año 2015 cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico vigente hasta el año 2020. Sin embargo, por cuestiones de presupuesto, la falta de indicadores turísticos y la inexistencia de un plan de marketing definido, se ha limitado el accionar del mismo. Por otra parte, el hecho de contar con una página web, ayuda para que el cantón pueda obtener mayor presencia dentro del mundo online, ya sea en la promoción de sus atractivos turísticos, para así lograr la dinamización de la actividad turística actual y futura.

3.3 Marketing de servicios

Según Cobra (2003), se refiere al marketing de servicios como una disciplina que se encarga de estudiar la venta todos los fenómenos y situaciones que tengan relación en la venta de servicios, puesto que al tratar de comercializar un producto intangible,

se debe tener mayor precaución en la forma en la que se persuade al cliente para lograr una compra; siendo primordial satisfacer las necesidades y deseos del cliente, e incluso sobrepasar las expectativas del mismo, de esta manera se compensa la inversión que hace la demanda en el producto intangible (p. 3).

Es de suma importancia la forma en la que se ofertan los productos turísticos, puesto que, en un inicio, el cliente no puede observar o tocar aquello que está adquiriendo, más bien estaría comprando una idea, y por lo tanto se debe tratar como prioridad cumplir las demandas que esta idea representa, al momento de estar presente en el lugar o destino.

Por lo tanto, pensar en marketing de servicios aplicado en el cantón Gualaceo, es remarcar la calidad de los servicios y crear una experiencia grata para el cliente. Así pues, los diferentes visitantes podrán valorar el servicio, recomendar los lugares frecuentados y esto a la vez hará que se tenga mayor número de turistas en el lugar, lo que significaría un aumento en los ingresos económicos del cantón.

3.4 Estructura del plan de marketing turístico aplicado al turismo del cantón Gualaceo.

Un plan de marketing estratégico para el Cantón de Gualaceo orienta a los agentes públicos y privados que participan dentro de la dinámica turística para generar acciones que promuevan el desarrollo del turismo, por tal motivo se ha realizado el mismo para que se lo pueda tomar como una guía práctica.

3.4.1 Objetivo General

Posicionar los atractivos turísticos culturales y naturales del cantón

Gualaceo dentro del mercado nacional, para aumentar la demanda turística actual.

3.4.2 Objetivos específicos

I. Mejorar el producto turístico Gualaceo

II. Posicionar a Gualaceo como un destino turístico cultural, gastronómico de compras.

3.4.3 Estrategias del Marketing Mix

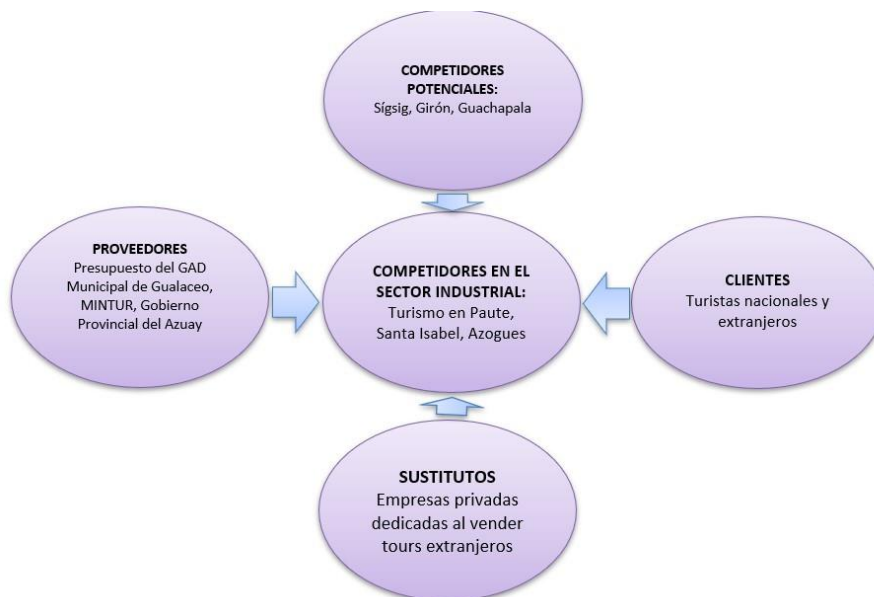
Estrategia Genérica de Negocio

De acuerdo a Michael Porter (1982), existen tres estrategias genéricas que pueden ser utilizadas independientemente o en grupo para superar a la competencia, las cuales se distinguen en: a) liderazgo general de costes, b) diferenciación y c) enfoque (Porter, 2008, p.51).

Y, de acuerdo al análisis realizado al Plan de Desarrollo Turístico actual de Gualaceo, se puede identificar que se aplica la estrategia genérica de ENFOQUE, ya que su ventaja competitiva está encaminada por medio de explotar la diversidad cultural, natural, gastronómica y de compras que existe en el cantón, para un mercado específico de clientes nacionales y extranjeros.

Ilustración 3

Análisis de Micromarketing de Gualaceo



1. Competidores potenciales:

Sígsig: Cantón cultural dotado de cultura y mistiscismo, cuya principal actividad económica es la ganadería y la artesanía. Cuenta con un centro arqueológico Chobsu-Shabalula lleno de historia y varias hosterías. También cuenta con gastronomía típica, la más destacada es el cuy con papas (Turismo.ec, 2020).

Girón: Conocido por su icónica Chorrera, mejor conocida como El Chorro de Girón, y la Laguna de Buza. Es un sitio para turismo de naturaleza, aunque también es un lugar dotado de historia y leyendas, ya que aquí se tiene la Casa de los Tratados, que es un museo de estilo colonial (Viajandox, 2020a).

UCUENCA

Guachapala: Es un lugar lleno de encanto cultural y religioso, pues cuenta con el santuario de Andacocha, el mismo que atrae múltiples visitantes locales y nacionales por su devoción al Santo de Andacocha. Además, cuenta con múltiples paisajes y producción agrícola, posee historia e identidad propias (Viajandox, 2020b).

2. Clientes:

Turistas nacionales: Provenientes principalmente de las ciudades de Cuenca, Paute, Sígsig, Chordeleg, Azogues, Guayaquil y Quito.

Turistas extranjeros: Provenientes de países diferentes de Ecuador, quienes aprecian la cultura y las tradiciones locales.

3. Sustitutos:

Empresas privadas dedicadas al vender tours extranjeros: Empresas dedicadas a ofertar tours internacionales con la intención de que el viajero local salga del país para realizarlo.

4. Proveedores:

Presupuesto del GAD Municipal de Gualaceo: Conforme al Plan de Desarrollo Turístico de Gualaceo, del año 2015. Se estima un presupuesto total de \$644.788, ya incluido los gastos de personal, servicios generales y presupuesto para desarrollo de fiestas (Municipalidad de Gualaceo, 2015, p.p 74).

Presupuesto del Ministerio de Turismo: Generalmente, el presupuesto del

Mintur, es destinado al desarrollo turístico de los lugares con mayor afluencia de turistas, y debido a que Gualaceo aún no tiene tal reconocimiento, es opacado por sus contrapartes.

Presupuesto de Gobierno Provincial del Azuay: Por lo general, se destina el presupuesto para los cantones más sobresalientes del Azuay, aunque se cuenta con aproximadamente \$7.500, destinados para ferias gastronómicas y capacitación de artesanos locales (Prefectura del Azuay, 2019, p.p. 70).

5. Competidores en el sector industrial

Turismo en Paute, Santa Isabel y Azogues: El turismo en estos cantones es bastante elevado, y por la similitud de atractivos turísticos, se constituyen como los competidores más fuertes del cantón, tal como se pudo apreciar en la Tabla 3, en el capítulo 2.

Análisis de ciclos de vida de los servicios del cantón Gualaceo

El ciclo de vida de los servicios turísticos más representativos del cantón Gualaceo, se detallan por etapas: introducción, crecimiento y posicionamiento.

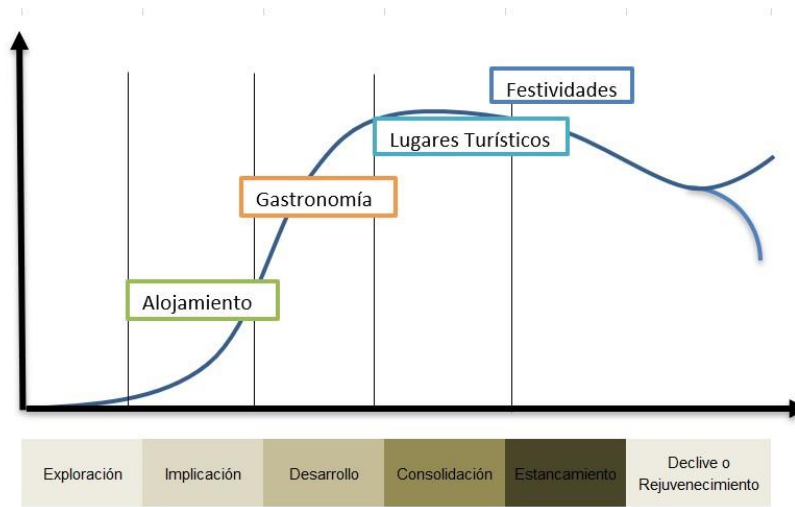
INTRODUCCIÓN:

El cantón Gualaceo, es mayormente conocido por su gastronomía, artesanías, y diversidad cultural y natural. Las mismas que han sido posicionadas desde hace varios

años en la mente del consumidor, ya sea que desee pasar un día o todo un feriado para disfrutar de los atractivos.

Ilustración 4

Ciclo de vida de Butler



CRECIMIENTO: Se ha colocado a la gastronomía en la fase de crecimiento, debido a que desde hace algunos años ha ido atrayendo mayor cantidad de visitantes, sin embargo, aún no se ha realizado una mejor explotación de la misma, hacia otros sectores.

POSICIONAMIENTO: En esta etapa se han colocado a los lugares turísticos y a las festividades, debido a que Gualaceo, se ha posicionado principalmente por ser un lugar para realizar compras y también las fiestas que se realizan dentro del cantón son bien reconocidas a nivel local. Aun así, es importante que se puedan

UCUENCA

implementar estrategias para evitar la fase de estancamiento y el declive de los mismos.

Ahora bien, para que se pueda posicionar como destino cultural, gastronómico y de compras, se plantea lo siguiente:

- Diseñar y desarrollar la señalización turística para los principales atractivos del cantón.
- Crear programas turísticos mensuales, con artistas locales, para que los visitantes puedan tener variedad en las actividades de ocio y recreación que realicen en Gualaceo.
- Crear rutas gastronómicas variadas, a fin de personalizar la experiencia del visitante.
- Dar a conocer las fiestas locales por medio del mundo digital, el cual deberá contar con contenido constante y, realizar promociones de pago para los diferentes eventos turísticos que se susciten en el cantón.

Promover el turismo de compra de calzado y artesanías típicas, por medio de la creación de rutas específicas para cada tipo de visitante: común, intrépido, extravagante, etc., haciendo partícipes de los mismos a los comerciantes locales.

3.4.4 Producto

Los productos turísticos que se tienen en el cantón Gualaceo se encuentran identificados en el punto 2.3.3. No obstante, es preciso destacar las cualidades que

UCUENCA

hacen que los productos del Cantón Gualaceo sean relevantes dentro del sector turístico. Ya que, mantiene una localización privilegiada, al encontrarse en el centro de otros cantones que mantienen características similares, lo que atrae al turista a toda el área. Adicional, Gualaceo mantiene dos declaratorias de Patrimonio Cultural de la Nación y Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador, las cuales otorgan un importante reconocimiento al cantón, que, en conjunto con las múltiples festividades, artesanías, lugares de gastronomía, etc., hacen de este un producto digno de visitar.

3.4.5 Precio

De acuerdo a Vásquez (2015), dentro de la mercadotecnia el precio es el único elemento que produce ingresos, ya que lo demás significan costos. Por lo tanto, es importante mantener un control adecuado sobre los precios de un producto o servicio, puesto que, si el precio es lo mínimo, se perderá utilidad, pero si existe sobrepuestos, el cliente no regresará (p. 136).

Así pues, para la estimación de los precios actuales del producto, se tomará como referencia ya establecidos actualmente, en la oferta turística, tal como se evidencia en la Tabla 11.

Tabla 11

Precios de los principales servicios turísticos de Gualaceo

Producto	Precio
Alojamiento	Hoteles entre \$15 a \$45 la noche

Alimentación	Restaurantes de comida típica entre \$1,50 a \$15,00 el plato
Transporte	Desde \$0,70 en transporte público Y alquiler de camionetas desde \$1,50
Lugares de ocio y recreación	Costo de entradas desde \$2,50 hasta \$14,99
Rutas turísticas	Rutas que brinda la Municipalidad de Gualaceo van desde los \$15,00 hasta los \$70,00

Nota: Datos recolectados In-Situ.

3.4.6 Promoción y Publicidad

De acuerdo a Weinberger (2009), la promoción se refiere a las actividades que buscan persuadir al público objetivo para que adquiera algún producto o servicio. De igual manera, se incluye la publicidad, el marketing directo, la promoción de ventas, etc., como medio para llegar al público (p.144).

Por otra parte, según Monferrer (2013), la publicidad es toda entrega de información a los clientes reales o potenciales, que se realiza a través de un medio de comunicación, para que el público objetivo pueda ser atraído en la compra de un producto o servicio. Ahora bien, los medios escritos, auditivos y digitales serán la base para promover al cantón Gualaceo en el ámbito turístico del Azuay.

Medios escritos

Impresión de gigantografías, posters, separador de hojas, llaveros, vasos, gorras, toma-todos, folletos sobre los atractivos turísticos, rutas turísticas, actividades de

UCUENCA

ocio y recreación, eventos, además de bolsas reutilizables, los cuales serán suministrados por parte de la Municipalidad del cantón Gualaceo y además de que se coloque en cada uno de ellos la marca para el posicionamiento, que serán entregados en los diferentes establecimientos como alojamiento, lugares de ocio y recreación, restaurantes, tanto del cantón como en puntos estratégicos de cantones vecinos como Cuenca, Morona Santiago y Guayaquil. El detalle específico del costo de los mismos, se encuentra en el Anexo 4.

Medios auditivos

La promoción turística del cantón Gualaceo, se realizará por medio de cuñas publicitarias, en las tres radios más escuchadas en la costa, sierra y oriente, como: Radio Canela, Radio Tropicana y Radio La Voz del Tomebamba.

Medios mixtos (escrito, auditivos y/o audiovisuales)

Se incitará a las empresas públicas y privadas, que brinden servicios turísticos en el cantón, a crear y mantener cuentas activas en las redes sociales como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, a fin de tener presencia virtual en la consciencia de la audiencia receptora, otorgando información sobre promociones o publicidades de sus servicios, los atractivos turísticos, planta turística y eventos del cantón.

Creación de una aplicación en convenio con el Municipio de Gualaceo, la cual funcionará como guía turística del cantón, siendo de fácil manejo para los visitantes que requieran mayor información sobre los atractivos que se visitan, optimizando su tiempo y distancia entre planta turística y atractivos.

3.4.7 Plaza

Según Flores (2006), la plaza comprende las diferentes actividades que realiza la empresa para que el producto sea accesible y se encuentre a disposición de los consumidores que se desean atraer (p. 47).

Dicho de otra manera, la plaza es el lugar de preferencia de compra por parte de los visitantes potenciales. Así pues, a través del estudio de mercado realizado, se ha podido determinar que los sitios donde los consumidores más conocen y adquieren los productos turísticos son por medio de las páginas web y redes sociales y. De esta manera, se realizarán promociones, cupones, descuentos y sorteos por estas vías, las mismas que serán de gran utilidad para el esparcimiento del producto en el mercado. Aquí también, se incentivará a los proveedores de servicios intermediarios, el uso de las páginas web como un punto de venta directa al cliente final, con el objetivo que los canales de distribución permitan alcanzar el posicionamiento de los atractivos y establecimientos turísticos.

3.6 Estrategias de Gestión para el Turismo

De acuerdo a lo analizado mediante la matriz FODA, para una gestión responsable y eficiente del turismo, es esencial tomar en cuenta todos los aspectos en pro y en contra del cantón Gualaceo. Por lo tanto, se han planteado las siguientes estrategias de gestión, a fin de que se promueva el turismo de manera más eficaz, en la cual se involucren a todos los responsables del ámbito turístico público y que se incentive la participación de los actores privados. Si bien es cierto que ya se cuenta con un plan

UCUENCA

de desarrollo turístico vigente desde el año 2015 hasta el 2020, es importante tomar en cuenta los demás aspectos no contemplados en el mismo, por medio de las siguientes estrategias:

Promover la gastronomía típica de la zona, por el uso de buenas prácticas de higiene.

Promover el turismo responsable por medio de ordenanzas para la planta turística sobre la asepsia y nuevas formas de recibir al turista a fin de mitigar la actual pandemia.

Proponer al GAD Municipal de Gualaceo, que se realice la promoción turística de las festividades más concurridas del cantón a través de los medios digitales existentes y faltantes para contar con mejor presencia online.

Crear un modelo propio de señalización turística, en base al actual manual de señalización del Ministerio de Turismo.

Incentivar convenios turísticos con actores locales y/o provinciales para promover el turismo responsable y facilitar el transporte entre cantones colindantes.

3.6 Estrategias de Contingencia

A fin de lograr los objetivos planteados, para impulsar el desarrollo turístico del cantón se propone:

UCUENCA

Crear un video promocional para apoyar a la difusión de las principales festividades del cantón.

Contratar artistas reconocidos internacionalmente para las celebraciones cantonales, navidad, carnaval, entre otras fechas importantes y mencionar los auspiciantes durante las presentaciones.

Participar en las ferias de turismo, para dar a conocer los múltiples productos turísticos con los que cuenta el cantón, como la Feria Internacional de Turismo mejor conocida como la FITE.

Crear concientización del turismo sostenible en la población local y turística, por medio de concursos de reciclaje, y a través de actividades lúdicas que incentiven y promuevan la responsabilidad socio-ambiental.

Ahora bien, para el objetivo de posicionar a Gualaceo como un destino turístico cultural, gastronómico de compras, se ha planteado lo siguiente:

Crear campañas de capacitación en servicio al cliente, control de calidad de los prestadores de servicios turísticos y promover la gastronomía local.

Crear una guía turística virtual con información de todos los sitios de interés y contar con códigos QR, para sorteos mensuales, a fin de enganchar al turista para que retorne al lugar.

Tabla 12

Tácticas para los objetivos específicos.

OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS
Impulsar el desarrollo turístico de Gualaceo	Incrementar el porcentaje de visitantes al Cantón Gualaceo	Realizar convenios con empresas turísticas de Cuenca, para promover las visitas al cantón
		Realizar alianzas estratégicas con empresas de transporte turístico de los cantones aledaños, para promover las visitas al Gualaceo
	Comunicar las fiestas propias de Gualaceo, a través de medios de comunicación locales y nacionales	Elegir medios analógicos y digitales para la difusión de promoción turística, tales como: trípticos, fiches, radios locales, redes sociales.
		Participar en la FITE
	Renovar el slogan del cantón	Coordinar con el Municipio de Gualaceo la renovación del slogan del cantón como: Gualaceo, tierra e iluminación
		Renovar la página web, para incluir nueva imagen turística del cantón
	Mejorar la señalética turística	Crear un plan de señalización turística para todo el cantón
Posicionar a Gualaceo como un destino turístico cultural, gastronómico de compras.	Crear ferias de gastronomía de manera regular, a fin de incentivar el incremento de visitantes	Generar alianzas con Chefs del cantón, a fin de promover la participación en las ferias de gastronomía
		Promover la especialización y diferenciación de los menús ofertados
		Crear rutas turísticas gastronómicas
	Gestionar alianzas entre el Gad municipal del cantón con hostales y hosterías locales	Promover la gastronomía local por medio de talleres exclusivos a turistas

		Incluir a la gastronomía en los materiales de promoción de Gualaceo
		Realizar un <i>storytelling</i> ¹⁷ emocional para promover el turismo gastronómico

3.7. Indicadores de Cumplimiento y sus Responsables

Tabla 13

Indicadores de cumplimiento de estrategias planteadas y sus respectivos responsables

Estrategias	Indicadores de cumplimiento	Cálculo	Responsables
Incrementar el porcentaje de visitantes al Cantón Gualaceo	Porcentaje de incremento de turistas al cantón paute en el año 2021 con respecto al 2020	Variación de turistas= Variación 2020 - 2021 real/ Variación2020-2021 esperado	GAD municipal del Cantón
Comunicar las fiestas propias de Gualaceo, a través de medios de comunicación locales y nacionales	Nivel de eficacia de la promoción y publicidad al turista, por medio de la verificación real de turistas alcanzados	Eficiencia Promocional = Número de Turistas/ Número de turistas planificados	GAD municipal del Cantón
Renovar el slogan del cantón	Verificación en todo el proceso de promoción del	Nivel de satisfacción =	GAD municipal del

¹⁷ Describe la actividad social y cultural de compartir historias, a veces por medio de la improvisación, embellecimiento y dramatización. Los elementos que debe incluir son: la trama, los personajes y el punto de vista narrativo (Núñez, 2020).

	cantón	Número de Turistas/ Número de turistas planificados	Cantón
Mejorar la señalética turística	Nivel de satisfacción de los turistas	Nivel de satisfacción = Número de Turistas que siguen una ruta/ Número de turistas planificados	GAD municipal del Cantón
Crear ferias de gastronomía de manera regular, a fin de incentivar el incremento de visitantes	Nivel de satisfacción de los turistas con la gastronomía de Gualaceo	Nivel de satisfacción = Número de platos típicos vendidos/ número de platos típicos ofertados	GAD municipal del Cantón y población de Gualaceo
Gestionar alianzas entre el Gad municipal del cantón con hostales y hosterías locales	Cantidad de convenios realizados entre el GAD Municipal de Gualaceo y los hostales y hosterías	Número de convenios = Número de convenios ejecutados/ número de convenios planificados	GAD municipal del Cantón y población de Gualaceo

3.8 Presupuesto del Plan Estratégico de Marketing

El presupuesto para el presente plan se financiará con el GAD Municipal del cantón Gualaceo y las principales empresas privadas, las cuales serán ofertadas en ferias y eventos mediante una promoción turística y alianzas estratégicas con las empresas privadas.

Tabla 14

Presupuesto de promoción y publicidad

Medios	Detalle	Cantidad	Costo
Escritos	Gigantografías	5,00	600,00
	Posters	2.000	380,00
	Separador de hojas	5.000	150,00
	Llaveros	2.000	1.700,00
	Vasos	1.000	2.300,00
	Gorras	2.500	5.750,00
	Bolsas reciclables	4.000	3.600,00
	Toma-todos	1.000	2.800,00
	Dípticos	8.000	450,00
Auditivos	Radio Canela	Programación en la mañana – tarde y noche	1.250,00
	Radio Tropicana	Programación en la mañana – tarde y noche	1.150,00
	Radio La Voz del Tomebamba	Programación en la mañana – tarde y noche	900,00
Mixtos	Redes sociales como <i>Facebook, Twitter, Instagram</i>		GRATUITOS
	Aplicación - guía turística del cantón		1.500,00
Estrategias de gestión y de contingencia	Transporte	Transporte por 5 meses	5.000,00
	Stands	Feria FITE	400,00
	Alimentos	Por 5 meses	500,00
	Señalización	En puntos estratégicos del cantón	7.500,00
	Artistas		25.000,00
	Total		60.930,00

En síntesis, a lo largo del capítulo se ha realizado un análisis extenso para la propuesta de estrategias de marketing para el cantón Gualaceo, identificando a todos los actores involucrados dentro de la dinámica turística, cumpliendo así con el objetivo establecido.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada en el presente plan de marketing para el cantón de Gualaceo se puede concluir que:

Al analizar la situación actual del turismo en el cantón Gualaceo se encontró que cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales con gran potencial que permiten al cantón ser un destino turístico apto para la captación de visitantes nacionales e internacionales.

El cantón tiene dos formas por las cuales se promociona y comercializa, a través de la oferta en el mercado, dentro del cual se determinó agencias de viajes, establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, ocio y recreación, así también se promociona por medio de la demanda ya que también existe recomendación de los visitantes a sus amigos y familiares el cantón. El Gobierno Descentralizado de Gualaceo, el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Cámara de Turismo del Azuay ha unido fuerzas en conjunto con los diferentes agentes de la parte privada para desarrollar de manera efectiva la actividad turística en el cantón elaborando un Plan de Desarrollo Turístico de Gualaceo

De acuerdo al perfil del turista que ingresa al cantón, el segmento de mercado seleccionado para el presente plan de marketing son tres tipos de turistas, siendo estos: los que visitan por su gastronomía, por su naturaleza y los que visitan el cantón por las artesanías. Es por ello que se ha planteado estrategias enfocadas a un plan de medios, estrategias de gestión y de contingencia, las cuales permitirán que el cantón Gualaceo posicione sus atractivos tanto naturales como culturales en el mercado nacional mejorando su competitividad con cantones cercanos.

Recomendaciones

Como autor del presente proyecto de investigación recomiendo que se tomen las siguientes consideraciones:

Se recomienda fortalecer la imagen turística actual del cantón y el desarrollo del sector por medio de la creación de micro emprendimientos turísticos.

Se recomienda a las autoridades pertinentes tomar en consideración el presente estudio del plan de marketing turístico, además de darle importancia a los gustos y preferencias que tienen los turistas que llega al cantón, a fin de brindar mejores productos y de calidad.

Se recomienda considerar las estrategias de marketing, las de promoción y publicidad, principalmente la aplicación de nuevas tecnologías como es la aplicación para Smartphone la cual servirá como guía turística a los visitantes permitiéndoles conocer los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, así como los de ocio y recreación.

Se recomienda darle importancia a los resultados de la matriz comparativa de los principales competidores que tiene el cantón especialmente en los factores de éxito.

UCUENCA

Se recomienda hacer un plan de socialización con las empresas y establecimientos turísticos de esta manera incentivar y fomentar a un trabajo en equipo con la finalidad de alcanzar el éxito total del plan de marketing.



Bernal. (2010). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson.

<http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-deinvestigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Boullón B. (2006). *Espacio turístico y desarrollo sustentable*. Redalyc, Sistema de Información Científica, (3). <https://www.redalyc.org/pdf/276/27610203.pdf>

Brito, R. (2020). *Macanas de Gualaceo*.

<https://www.goraymi.com/ese/azuay/gualaceo/denominaciones-origen/macanas-gualaceo-a2l5nmr04>

Cámara Provincial de Turismo del Azuay. (2018). *Consejo cantonal de Cuenca trata Ordenanza para el sector turístico*.

<http://camaradeturismodelazuay.blogspot.com/2018/>

CEUPE (2020). *¿Qué es un producto turístico?*

<https://www.ceupe.com/blog/quees-un-producto-turistico.html>

CEUPE. (2020). *Espacio Geográfico*.

<https://www.ceupe.com/blog/espaciogeografico.html>

Ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018, [Archivo Pdf].

<http://cuenca.com.ec/sites/default/files/anuario%20estadistico%202018.pdf>

Cobra, M. (2003). *Marketing de servicios*. Colombia.

(2011). *COOTAD*. Quito: V&M Gráficas.

http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf

Damián Paúl Tenecela Riera

Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2017). *Viajes y Turismo Impacto Económico*. Londres: WTTC.

Consumoteca, Viajes y Turismo (8 de junio de 2020). *Qué es una actividad turística. Clasificación*. <https://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/quees-una-actividad-turistica/>

Corea, L., & Gómez, S., Universidad Autónoma de Nicaragua (2014). *Mercadeo: Marketing de Servicio*, (p.12).
<https://repositorio.unan.edu.ni/3693/1/2745.pdf>

Crosby, A., & Moreda, A. (1996). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. Madrid: CEFAT.

Definición. (2020). *Definición de Rating*. <https://definicion.mx/rating/>

Ecuador Turístico. (2020). *Gualaceo Viajes Ecuador*.
<https://www.ecuadorturistico.com/2018/02/gualaceo.html>.

El Comercio. (2014). *El hornado, sabor y tradición ecuatoriana*.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/hornado-tradicion-ecuatorianagastronomia.html>

El Mercurio. (2018). *Plan para garantizar el agua de Gualaceo con proyección al 2050*. <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/12/04/plan-para-garantizar-elagua-de-gualaceo-con-proyeccion-al-2050-pero-preocupa-deslizamientosen-ingamullo/>

El Universo. (2017). *Nueva Ruta Turística se inaugurará en Gualaceo*. <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2017/01/25/nota/6014206/nuevaruta-turistica-se-inaugurara-gualaceo>

EMAPASGEP. (2018). *El agua fuente de Vida – Que piensa la GENTE de Gualaceo?*. <https://www.emapasgep.gob.ec/mensaje/>

Entorno Turístico. (2020). *¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican?* <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>

Flores. (2006). *Manual para elaborar Plan de Negocios*. Santa Cruz. <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-nacional-autonomade-mexico/negociaciones-internacionales/resumenes/manual-para-elaborarplan-de-negocios/6362187/view>

Friend, & Zehle. (2008). *Cómo Diseñar un Plan de Negocios*. Buenos Aires: Editora El Comercio S.A.

http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigad_plusdocumentofinal/0160

000430001_PDYOT_GUALACEO_13-04-2016_12-58-36.pdf

Gobierno Parroquial Rural de Jadán. (2020). *El Bosque Protector Aguarongo*.

<https://jadan.gob.ec/azuay/aguarongo-inicio/>

González, C. y Rincón, N. Universidad del Azuay (2012). Macanas de Gualaceo.

Cultura Popular Revista de la Universidad del Azuay. (p. 199).

[https://www.researchgate.net/profile/Catalina_Gonzalez-](https://www.researchgate.net/profile/Catalina_Gonzalez-Cabrera/publication/305689447_Macanas_de_Gualaceo_11/links/5799fa8d08aeb582307866a9/Macanas-de-Gualaceo-11.pdf?origin=publication_detail)

[Cabrera/publication/305689447_Macanas_de_Gualaceo_11/links/5799fa8d](https://www.researchgate.net/profile/Catalina_Gonzalez-Cabrera/publication/305689447_Macanas_de_Gualaceo_11/links/5799fa8d08aeb582307866a9/Macanas-de-Gualaceo-11.pdf?origin=publication_detail)

[08aeb582307866a9/Macanas-de-Gualaceo-11.pdf?origin=publication_detail](https://www.researchgate.net/profile/Catalina_Gonzalez-Cabrera/publication/305689447_Macanas_de_Gualaceo_11/links/5799fa8d08aeb582307866a9/Macanas-de-Gualaceo-11.pdf?origin=publication_detail)

Grupo de Investigación en Economía Regional, GIER. (2017). *Estudio de la*

Demanda y Oferta Turística de la ciudad de Cuenca en el año 2016.

Cuenca: Fundación de Turismo para Cuenca.

[http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Anuario%20de%20Estad%C3%ADstic](http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Anuario%20de%20Estad%C3%ADsticas%20Tur%C3%ADsticas%202017%20-%20FMTPC.pdf)
[cas%20Tur%C3%ADsticas%202017%20-%20FMTPC.pdf](http://cuenca.com.ec/sites/default/files/Anuario%20de%20Estad%C3%ADsticas%20Tur%C3%ADsticas%202017%20-%20FMTPC.pdf)

Hosteltur. (2020). El PIB turístico mundial aminora su crecimiento en 2019 hasta el 3%. https://www.hosteltur.com/133973_el-pib-turistico-mundial-aminora-

<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Sitio+Tur%C3%ADstico+Natural+Uni>

[%C3%B3n+de+los+R%C3%ADos](#)

<https://books.google.com.ec/books?id=fJjLja7vG7kC&pg=PA1&dq=Crosby,+A.,+%>

[26+Moreda,+A.+\(1996\).+Elementos+basicos+para+un+turismo+sostenible+](#)

[en+las+areas+naturales.+Madrid:+CEFAT.&hl=es-](#)

[419&sa=X&ved=0ahUKEwiuiYingfPpAhXtkOAKHR2YBroQ6AEILzAB#v=on](#)

[epage&q=Crosby%2C%20A.%2C%20%26%20Moreda%2C%20A.%20\(199](#)

[6\).%20Elementos%20basicos%20para%20un%20turismo%20sostenible%2](#)

[0en%20las%20areas%20naturales.%20Madrid%3A%20CEFAT.&f=false](#)

Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2020). *Población y*

Demografía. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y->

[vivienda/](#)

Kotler, P., García de Madariaga, J., Flores, J., Bowen, J., Makens., J. (2013).

Marketing Turístico.

<https://www.entornoturistico.com/wpcontent/uploads/2017/04/Marketing->

[Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf](#) López, J., & Naranjo, R. (2013).

Plan de Negocios para la empresa "Autos Juan

Serrano". <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/487/1/09411.pdf>

López. (2015). *Diccionario de geografía aplicada y profesional: terminología de análisis, planificación y gestión del territorio*. Municipio de León: Universidad de León.

https://www.uv.es/~javier/index_archivos/Diccionario_Geografia%20Aplicada.pdf

Lucero, C. (2015). *Análisis del nivel de satisfacción del cliente en los alojamientos turísticos de primera categoría del cantón Gualaceo-2014*. Cuenca.

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21614/1/TESIS.pdf>

Mármol, P. & Ojeda, C. (2016). *Marketing Turístico*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MHo3DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=definiciones+de+marketing+turistico&ots=9a8WlQShma&sig=X2nAsqSDnv1rxHC8lIRVrFQby4g#v=snippet&q=recursos%20tur%C3%ADsticos&f=false>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015). *Acuerdo DM-2015-065 Declárese como*

Bien perteneciente al Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado a la "Técnica Artesanal de la elaboración de Macanas o paños de Gualaceo (IKAT)" Artesanía propia del cantón Gualaceo, provincia del Azuay.

<https://www.oficial.ec/acuerdo-dm-2015-065-declarese-como-bienperteneciente-patrimonio-cultural-inmaterial-estado-tecnica>

Ministerio de Educación del Ecuador. (2019). *Informe de Rendición de Cuentas*,

<https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/05/01D04.pdf>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2019). *Establecimientos de Salud Distrito 01D04 – Chordeleg-Gualaceo Primer Nivel*, p.p.232-250.

<http://instituciones.msp.gob.ec/cz6/images/documentos/Establecimientos%20de%20Salud%20Coordinacin%20Zonal%206%20-%20SALUD.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Catastro de Actividades Turísticas 2019*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104catastro-turistico>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sustentable del Ecuador*. Quito.
<https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLAND ETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020b). *Sombrero de paja toquilla es Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*.
<https://www.turismo.gob.ec/sombrero-de-paja-toquilla-es-patrimoniocultural-inmaterial-de-la-humanidad/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (23 dic 2019). *Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019*.

<https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjera-ecuador-crecio-4-en-2019/>

Damián Paúl Tenecela Riera

Ministerio de Turismo del Ecuador. (4 feb 2019). *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018*. <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuadoriano-crecio-un-11-en-2018/>

Ministerio de Turismo. (2019). *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018*.

Quito: Gobierno de la República del Ecuador.

<https://www.turismo.gob.ec/elturismo-ecuadoriano-crecio-un-11-en-2018/>

Monferrer. (2013). *Fundamentos de marketing*. Publicacions de la Universitat

Jaume I.

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

Municipalidad de Gualaceo. (2015). *Gastronomía*.

<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Gastronom%C3%ADa>

Municipalidad de Gualaceo. (2015). *Plan de Desarrollo Turístico de Gualaceo*.

[Archivo Pdf].

Municipalidad de Gualaceo. (2020a). *Sitio Turístico Natural Maylas*.

<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Sitio+Tur%C3%ADstico+Natur+al+Maylas>

Municipalidad de Gualaceo. (2020b). *Sitio Turístico Natural Unión de los Ríos*.

Municipalidad de Gualaceo. (2020c). *Fritadas de Cértag*.

<https://visitagualaceo.travel/destinations/fritadas-de-certag/>

Municipalidad de Gualaceo. (2020d). *Sombreros y Figuras en paja toquilla*.

<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Sombreros+y+Figuras+en+pa+j+a+toquilla>

Damián Paúl Tenecela Riera

Municipalidad de Gualaceo. (2020e). *Carpintería*.

<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Carpinter%C3%ADa>

Municipalidad de Gualaceo. (2020f). *Calzado*.

<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Calzado>

Municipalidad de Gualaceo. (2020g). *Fiestas Tradicionales*.

<http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Fiestas+Tradicionales>

Municipio de Gualaceo (2019c). *Catastro de Actividades Turísticas* [Archivo Excel].

Novoa, A. (2009). *Plan de Marketing para el lanzamiento al mercado farmacéutico ecuatoriano del medicamento antidepresivo Valdoxan de Laboratorios Servier*". [Archivo Pdf].

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf>

Núñez, V. (2020). *Qué es el Storytelling y cuáles son sus características esenciales*. <https://vilmanunez.com/que-es-storytelling/>

OMT (2008). *Introducción al Turismo*.

<http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-06/semana1/obligatorio/OMTIntroduccionTurismo.pdf>

OMT. (2008). *Glosario de términos de turismo*.

<https://www.unwto.org/es/glosarioterminos-turisticos>

OMT. (2019). *Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones*. OMT. <https://www.unwto.org/es/press>

[release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400millones-dos-anos-antes](https://www.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400millones-dos-anos-antes)

Orellana. (2017). *Diseño de un taller artesanal de pirotecnia con fines turísticos en el sector de Zhirimpi de la parroquia Remigio Crespo Toral Perteneciente al cantón Gualaceo*.

<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6874>

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones*.

Madrid. <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento->

Palma, & Drouet. (2018). *Análisis gastronómico de la bebida Rosero del cantón*

Gualaceo. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35896/1/TESIS%20Gs.%20298%20->

[%20An%C3%A1lisis%20gastron%C3%B3mico%20de%20la%20bebida%20Rosero.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35896/1/TESIS%20Gs.%20298%20-An%C3%A1lisis%20gastron%C3%B3mico%20de%20la%20bebida%20Rosero.pdf)

Rosero.pdf

Porter, M. (2008). *Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. [Archivo Pdf].

<https://issuu.com/guillermomodimas/docs/docfoc.com->

[m._porter_-_estrategia_c](https://issuu.com/guillermomodimas/docs/docfoc.com-m._porter_-_estrategia_c)

Prefectura del Azuay. (2019). *Presupuesto 2020*.

<https://www.azuay.gob.ec/wpcontent/uploads/2020/03/PRESUPUESTO-2020-FINAL-DIC-COMPLETO.pdf>

Rodríguez. (2011). Destinos Turísticos, realidad y concepto. *Revista en investigación en turismo y desarrollo local*.

<http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.html>

Sancho, A. (septiembre de 2011). *Introducción al turismo*. Obtenido de

<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION->

[AL-](http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-)

[TURISMO-OMT.pdf](http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf)

Secretaría Nacional de Comunicación. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 -*

2021. Quito.

https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Segittur Turismo e Innovación. (s.f.). *Turismo*. Segittur, 27-36.
<https://url2.cl/bitVy>

SENPLADES. (2014). *Ficha de cifras generales*.

http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0103_GUALACEO_AZUAY.pdf

Serrano, A. & Freire Chaglla, S. (2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca*.

https://www.researchgate.net/publication/328202882_Boletin_de_indicadores_turisticos_del_canton_Cuenca

Significados. (2020). *Significado de marketing*.

<https://www.significados.com/marketing/> Socatelli, M. (2013). Extracto del libro: *Mercadeo Aplicado al Turismo*. La

Comercialización de Servicios – Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. *Inter Mark*. <https://url2.cl/KYGXM>

Turismo.ec. (2020). *Turismo en Sígsig*.

<https://turismo.ec/ciudades/capital/sigsig.htm>

UNWTO. (1 enero 2020). *World Tourism Barometer*. Obtenido de

https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/UNWTO_Barom20_01_January_excerpt.pdf

Valls, J. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*, Gestión 2000.

Vásquez. (2015). *Plan estratégico de Marketing para el posicionamiento del cantón Paute como atractivo turístico de la provincia del Azuay*.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8852/1/UPS-CT005044.pdf>

ViajandoX. (2020). *Bosque Protector Aguarongo*.

<https://ec.viajandox.com/gualaceo/bosque-protector-aguarongo-A784>

ViajandoX. (2020a). *Top 10 mejores destinos turísticos de Girón*.

<https://ec.viajandox.com/azuay/giron-ciudad-turismo-historia-clima-imagenes-fotos->

C57

ViajandoX. (2020b). *Top 10 mejores destinos turísticos de Guachapala*.

<https://ec.viajandox.com/azuay/guachapala-C58>

Weinberger. (2009). *Plan de Negocios*. Perú: Nathan Associates Inc.

http://www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.pdf

Zona Económica. (2020). *Matriz de Perfil Competitivo*.

<https://www.zonaeconomica.com/matriz-del-perfil-competitivo>

Anexos

Anexo A. Diseño aprobado del proyecto de investigación.



PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA EL CANTON GUALACEO 2019-2022

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
Ingeniero en Turismo**

TUTOR:

AUTOR:

DAMIÁN TENECELA

CUENCA, 2019



ÍNDICE GENERAL

1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	3
2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO.....	3
3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	3
4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	4
5. MARCO TEÓRICO.....	5
6. OBJETIVOS.....	9
General.....	9
Específicos.....	9
7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
8. BIBLIOGRAFÍA.....	10
9. TALENTO HUMANO.....	11
10. RECURSOS MATERIALES.....	11
11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	12
12. PRESUPUESTO.....	12
13. ESQUEMA.....	12
14. ANEXOS.....	14
ANEXO 1:	
DISEÑO APROBADO POR EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD	



1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL CANTÓN GUALACEO 2019 - 2022

2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE

Damián Tenecela (damian_vale23@hotmail.com)

3. RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El turismo es un sector de gran importancia dentro de la economía mundial, entre sus beneficios se puede mencionar: la generación de divisas, creación de fuentes de empleo, apertura de nuevos comercios, entre otros.

En el Ecuador, el Ministerio de Turismo es el ente encargado de promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades

Asimismo, los Municipios dentro de sus competencias tienen la facultad de promocionar los atractivos turísticos de sus territorios. Sin embargo, algunos de los cantones del país no cuentan con un plan de marketing turístico. Este es el caso del Municipio del cantón Gualaceo, mismo que a pesar de contar con varios atractivos turísticos, no cuenta con un plan de marketing turístico de su territorio que le permita posicionar sus atractivos y generar mayores beneficios económicos, sociales y ambientales.



Este proyecto de investigación tiene como objetivo proponer el diseño de un plan de marketing turístico para el cantón Gualaceo, con la finalidad de contribuir con una herramienta de apoyo para la promoción del cantón como destino turístico a nivel nacional e internacional.

El proyecto será abordado utilizando un diseño metodológico mixto, apoyado en métodos cualitativos, que se obtendrán de aplicar la revisión documental en fuentes secundarias. Asimismo, se aplicarán elementos propios de la investigación cuantitativa, mediante la obtención de datos numéricos trabajados utilizando análisis estadísticos. Para esto se aplicará la recolección de datos empíricos mediante la participación activa de los prestadores de servicios turísticos del cantón Gualaceo, utilizando para esto, grupos focales de discusión en los cuales se pueda obtener mediante entrevista grupal, la información estadística generada por los representantes del G.A.D Municipal del cantón Gualaceo, Ministerio de Turismo, Cámaras de Turismo, y demás entes vinculados con la actividad turística del cantón, con la finalidad de obtener la información empírica necesaria para el estudio. Los resultados se mostrarán en tablas y gráficos para una mejor comprensión de los mismos.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El cantón Gualaceo de la provincia de Azuay es uno de los cantones más importantes del Ecuador. Sus características naturales y culturales hacen de este espacio geográfico uno de los lugares favoritos de visita de los turistas. Sin embargo, el mismo no cuenta con un plan estratégico de marketing turístico lo cual conlleva a que sus estrategias de promoción tengan un bajo impacto y consecuentemente no exista un buen posicionamiento de la marca en el mercado turístico.



De acuerdo a Eduardo Andrade, Jefe del Departamento de Turismo del Municipio de Gualaceo, menciona que la falta de un plan de marketing actualizado hace que exista incertidumbre en la aplicación de políticas públicas que fomenten la promoción y desarrollo turístico del cantón y también limitan el accionar del sector privado en cuanto a la promoción de sus servicios.

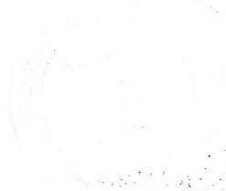
Es necesario plantear incógnitas para determinar si existe o no un conocimiento del cantón Gualaceo: ¿porqué conocer el cantón Gualaceo? , ¿En que influye un plan de marketing en este cantón?, ¿Cómo aportará el plan propuesto?, y finalmente ¿qué esperan los lugareños del turismo del cantón Gualaceo?

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Aportes del turismo en la economía mundial

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2007) manifiesta al turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2019, p. 2) las llegadas de turistas internacionales crecieron un 6% en 2018, llegando a los 1.400, claramente por encima del crecimiento del 3.7% de la economía mundial. El pronóstico a largo plazo de la OMT publicado en 2010 indicaba que se alcanzarían los 1.400 millones en 2020, pero el notable crecimiento de las llegadas internacionales en los últimos años se ha adelantado por dos años.



2018 cerró con 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales (+6%), consolidando los fuertes resultados de 2017 y demostrando ser el segundo año más fuerte desde 2010. Oriente Medio (+10%) y África (+7%) superaron el promedio mundial, mientras que Asia y el Pacífico y Europa crecieron un 6%. Las llegadas a las Américas estuvieron por debajo del promedio mundial (+3%). Para 2019, la OMT prevé un aumento del 3-4%, en línea con la tendencia de crecimiento histórico (2019, p. 2).

El crecimiento del turismo en los últimos años confirma que el sector es hoy uno de los motores más poderosos de crecimiento y desarrollo económico a nivel global. Tenemos la responsabilidad de gestionarlo de manera sostenible para traducir esta expansión en beneficios reales para todos los países, y en particular, para todas las comunidades locales, creando oportunidades de empleo y emprendimiento y sin dejar a nadie atrás. (OMT, 2019, p. 2).

Las llegadas de turistas internacionales a Europa alcanzaron los 713 millones en 2018, un aumento notable del 6% en comparación con un 2017 excepcionalmente fuerte. El crecimiento fue impulsado por la Europa meridional y mediterránea (+7%), Europa central y oriental (+6%) y Europa occidental (+6%). Los resultados en el norte de Europa fueron planos debido a la debilidad de las llegadas al Reino Unido (OMT, 2019, p. 3).

Asia y el Pacífico (+6%) registraron 343 millones de llegadas de turistas internacionales en 2018. Las llegadas al sudeste asiático aumentaron un 7%, seguidas por el noreste de Asia (+6%) y el sur de Asia (+5%). Oceanía mostró un crecimiento más moderado en +3% (OMT, 2019, p. 3).

Las Américas (+3%) recibieron 217 millones de llegadas internacionales en 2018, con resultados mixtos en todos los destinos. El crecimiento fue liderado por América del Norte (+4%) y seguido por América del Sur (+3%), mientras que América Central y el Caribe (ambos -2%) obtuvieron resultados muy variados, este último reflejando el impacto de los huracanes de septiembre de 2017 Irma y María (OMT, 2019, p. 3).



Los datos de África apuntan a un aumento del 7% en 2018 (África en +10% y subsahariana +6%), alcanzando los 67 millones de llegadas. Oriente Medio (+10%) mostró resultados sólidos el año pasado, consolidando su recuperación de 2017, con llegadas de turistas internacionales que alcanzaron los 64 millones (OMT, 2019, p. 3).

En base a las tendencias actuales, las perspectivas económicas y el índice de confianza de la OMT, se prevé que las llegadas internacionales crecerán entre un 3% y un 4% el próximo año, más en línea con las tendencias históricas de crecimiento (2019, p. 4).

Como telón de fondo general, la estabilidad de los precios del combustible tiende a traducirse en viajes aéreos más asequibles, mientras que la conectividad aérea continúa mejorando en muchos destinos, lo que facilita la diversificación de los mercados de origen. Las tendencias también muestran más viajes desde mercados emergentes, especialmente India y Rusia, pero también desde mercados de origen árabe y asiático más pequeños (OMT, 2019, p. 4).

Al mismo tiempo, la desaceleración económica mundial, la incertidumbre relacionada con el Brexit, así como las tensiones geopolíticas y comerciales pueden provocar una actitud de "esperar y ver" entre los inversores y los viajeros. (OMT, 2019, p. 4).

En general, se espera que 2019 vea la consolidación entre los consumidores de tendencias emergentes como la búsqueda de "viajar para cambiar y mostrar", "la búsqueda de opciones saludables" tales como caminar, de bienestar o el turismo deportivo, "viajes multigeneracionales" como resultado de cambios demográficos y viajes más responsables (OMT, 2019, p. 5).



Se espera que la digitalización, los nuevos modelos de negocios, los viajes más asequibles y los cambios sociales sigan dando forma al sector, por lo que tanto el destino como las empresas deben adaptarse si quieren seguir siendo competitivos (OMT, 2019, p. 5).

5.2 Políticas del Ecuador en materia de turismo

El Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador 2017-2021 menciona que el posicionamiento del país en el mundo y su promoción resulta de interés de la ciudadanía. Al respecto, se plantea que el turismo es la base de la economía nacional, por lo que se deben emprender acciones para fomentarlo. Aquí se insiste en la necesidad de la corresponsabilidad de todos los actores en los diferentes niveles de gobierno, así como en el sector público y privado (PNBV, 2017, p. 106).

Entre los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador 2017-2021 se mencionan los siguientes:

- Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural.
- Incrementar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de US\$ 1,4 mm a US\$ 2,5 mm a 2021.
- Fomentar el desarrollo de emprendimientos de turismo locales (PNBV 2017, 106). (PNBV, 2017, p. 106).



El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador 2000 (Mintur, 2007, p. 128) menciona que son objetivos de turismo para Ecuador los siguientes:

- Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
- Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización en implementación, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.
- Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
- Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.



- Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral (manejo racional de recursos naturales, culturales, sociales, económicos, tecnológicos, políticos) y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.
- Atraer una demanda turística internacional selectiva, consiente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.
- Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

5.3 Desarrollo turístico en el cantón Gualaceo

Gualaceo es un cantón oriental de la provincia de Azuay. Se encuentra localizado a una distancia de 36 kilómetros de la capital provincial Cuenca a una altura de 2.230 msnm. Tiene una población de 42.729 habitantes. Políticamente cuenta con siete parroquias rurales (Municipio de Gualaceo, 2015, p. 4)

De su comienzo como asentamiento colonizado no se tiene fecha exacta, pero es sabido que fue antes de la capital provincial Cuenca, de la que luego pasó a ser parroquia, luego villa, para posteriormente erigirse como cantón el 25 de junio de 1824. (Municipio de Gualaceo, 2015, p. 1)

El 31 de diciembre del 2002 se declaró al Centro Histórico como Patrimonio Cultural del Ecuador por las 208 edificaciones que forman parte del inventario, entre las que se encuentran el antiguo hospital Manuel Moreno Vásquez, los barrios El Calvario y La Pirámide, los puentes de madera Velasco Ibarra y



Bimbambún (Municipio de Gualaceo, 2015,

La gastronomía es uno de los principales atractivos turísticos de este cantón, siendo los principales platos: el cuy asado, el ornado de cerdo, las tortillas, el morocho y el rosero. En la actualidad el calzado es otro de los atractivos turísticos más sobresalientes del cantón, ya que por su calidad y buen precio atrae a los visitantes nacionales y extranjeros (Municipio de Gualaceo, 2015, p. 121).

El cantón también posee importantes atractivos naturales tales como: Bosque Protector Collay, Bosque Protector el Aguarongo, Bosque de Maylas y la orilla der Río Santa Bárbara. Asimismo, entre sus principales atractivos culturales sobresale la Macana, elaborada con el uso de materiales ecológicos con técnicas milenarias; las guitarras de la parroquia San Juan, la cestería de la parroquia Daniel Córdova (Municipio de Gualaceo, 2015, p. 122).

Según el Catastro de actividades Turísticas del Azuay, el cantón Gualaceo cuenta con un total de 22 establecimientos de alojamiento, 2 empresas de transporte turístico, 12 agencias de viajes y 48 restaurantes. (MINTUR, 2019)

5.4 conceptualización del marketing de servicios

Marketing: proviene de la palabra en inglés market que en español traducido significa mercado o se puede deducir como marketing = mercadeo, también la palabra marketing se refiere a un conjunto de técnicas cuyo objetivo es predecir, establecer y satisfacer las necesidades de los diferentes tipos de consumidores, orientando dichas técnicas a un fin rentable (Altés, 2001, p. 13).



Mercado: de acuerdo a Kotler y Armstrong es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio, dichos compradores van en busca de productos en base a sus necesidades (Kotler y Armstrong, 2008, p. 17).

Marketing de servicios: pertenece al sector terciario de la economía puesto que está inmerso en el campo de los servicios, es intangible, por tal motivo los métodos de venta o consumo son distintos a los tangibles, para citar un ejemplo el método de venta de un auto (bien tangible), no es lo mismo que vender la experiencia de un viaje (intangible), puesto que el auto se vende por sí solo, se lo puede tocar y ver antes y al momento de comprarlo; en cambio el viaje necesita de personas que a través de brindar un servicio puedan venderlo, el servicio se vuelve tangible al momento de la compra (Boullón, 2009, p. 11).

El marketing consta de cuatro elementos estratégicos básicos para la elaboración de estrategias conocidos como las 4Ps, sin embargo, el marketing de servicios cuenta de ocho elementos conocidos como las 8Ps, dichos elementos son los siguientes: Precio, Plaza, Promoción, Producto, Personas, Physical (entorno físico), Proceso y Productividad. Estos elementos son fundamentales en el marketing de servicios puesto que serán claves en la creación de estrategias para cubrir las necesidades de los clientes (Lovelock y Wirtz, 2009, p. 22).

6. OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer un Plan de Marketing Turístico para el cantón Gualaceo 2019 – 2022.

Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del turismo en el cantón Gualaceo.
- Establecer las principales estrategias de promoción y comercialización del destino.
- Plantear estrategias de marketing turístico para el cantón Gualaceo, basado en una planificación estratégica que permita mejorar la competitividad del destino.



7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

7.1. Tipos de investigación

Investigación Bibliográfica

Se plantea una investigación bibliográfica con la finalidad de conocer las contribuciones científicas que aporta en los conceptos relacionados con el desarrollo de un plan de marketing turístico y también analizar información técnica del cantón Gualaceo, por lo cual se recurrirá a fuentes bibliográficas como libros, revistas, folletos y de la misma forma a contenidos de páginas web, artículos e informes relacionadas al tema propuesto.

Investigación de campo

En cuanto a esta investigación de campo se realizará visitas al G.A.D Municipal del cantón Gualaceo, entidades de desarrollo, y demás entes vinculados con la actividad turística del cantón.

Investigación descriptiva

Se describe la realidad que se presenta en el cantón Gualaceo, establecer estrategias de mercadeo que ayuden a la toma de decisiones empresariales, así como sus impactos dentro de la actividad turística y sus actores empresariales.



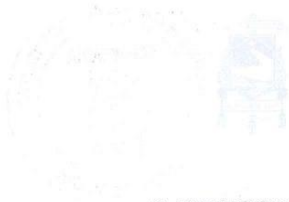
7.2. Enfoques

Enfoque Cuantitativo

- La presente investigación se realizará aplicando una metodología cuantitativa mediante encuestas estructuradas dirigidas los turistas del cantón Gualaceo que permita identificar el perfil del visitante, motivaciones de viaje, niveles de gasto y canales de compra. Asimismo, se aplicarán encuestas a los prestadores de servicios turísticos con la finalidad de determinar las principales estrategias de comercialización del destino.

Enfoque cualitativo

También se utilizará una metodología cualitativa mediante entrevistas dirigidas a las instituciones públicas y privadas vinculadas con el fomento de políticas para el desarrollo turístico con el objetivo de Identificar el modelo actual de promoción turística del cantón.



8. BIBLIOGRAFÍA

- Alegre, M.J., Cladera, M., & Juaneda, C. N. (2003). *Análisis cuantitativo de la actividad turística*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Arrilaga, J. I. (1995). *El Turismo en la economía nacional*. Madrid: Editora Nacional.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson Educación.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. (2011). COOTAD. Ecuador, Quito: V&M Gráficas.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2015). *Viajes y Turismo Impacto Económico 2017*. Londres: WTTC.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Gualaceo. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Gualaceo 2016.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2007). Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sustentable del Ecuador 2020.
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones* España, Madrid.
- Secretaría Nacional de Comunicación (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021- Toda una Vida. Ecuador 2017.
- Zorilla Arena, S. (1997). Metodología de la investigación. México,D.F.: McGraw-Hill.



9. TALENTO HUMANO

Valoración estimada del Talento Humano

Recurso	Dedicación	Valor Total
Director	2 horas / semana / 12 meses	800,00
Estudiante	10 horas semana / 12 meses (por cada estudiante)	1.300,00
Total		2.100,00

10. RECURSOS MATERIALES

Costo valor de recursos materiales a utilizar

Cantidad	Rubro	Valor Total
	Libros	30,00
	Fotocopias	60,00
	Impresiones	40,00
	Revistas	15,00
TOTAL		145,00



11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades a realizar y tiempo necesario para las mismas

ACTIVIDAD	MES
-----------	-----

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Preparación de la herramienta para la toma de datos.	x	x										
2. Recolección y organización de la información.			x	x								
3. Depuración y análisis de datos y planteamiento de resultados.					x	x						
4. Discusión y análisis de la información.							x	x				
5. Redacción del trabajo.									x	x		
6. Revisión final.											x	x

12. PRESUPUESTO

Presupuesto estimado para el proyecto

Concepto	Aporte del estudiante	Otros aportes	Valor total
Talento Humano Investigador	2.100,00	200,00	2.100,00
Gastos de Movilización Transporte	240,00		240,00
Gastos de la investigación Libros	30,00		145,00



Fotocopias	60,00		
Impresiones	40,00		
Revistas	15,00	0	
Equipos, laboratorios y maquinaria			0,00
Laboratorios		0	
Computador y accesorios	0,00		
Otros			
TOTAL	2.485,00	200,00	2.685,00

13. ESQUEMA

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1: Situación Actual del Turismo en el Cantón Gualaceo

- 1.1 Conceptualizaciones del turismo
- 1.2 Principales contribuciones del turismo a nivel mundial
- 1.3 Contribuciones del turismo en la economía del Ecuador
- 1.4 Principales indicadores del desarrollo turístico en la provincia del Azuay.
- 2.1 Historia y geografía del cantón Gualaceo
- 2.2 División política administrativa del cantón Gualaceo
- 2.3 Demografía y sociedad
- 2.4 Principales actividades económicas
- 2.5 Principales atractivos turísticos actuales del cantón Gualaceo

Capítulo 2: Oferta y Demanda Turística del Cantón Gualaceo, para establecer las principales estrategias de promoción y comercialización del destino.

- 3.1 Identificación de los prestadores de servicios turísticos del cantón.
- 3.2 Determinación de las principales estrategias utilizadas en la comercialización la oferta turística.
- 3.3 Identificación de la oferta turística del cantón Gualaceo
- 3.4 Análisis de la demanda turística del cantón Gualaceo: Perfil del turista que visita el cantón Gualaceo.
- 3.5 Comparativo de los principales competidores turísticos con el cantón Gualaceo

Capítulo 3: Estrategias de Marketing Turístico para el Cantón Gualaceo, basado en una planificación estratégica que permita mejorar la competitividad del destino.

- 4.1 Conceptos básicos de marketing y mercadeo
- 4.2 Evolución histórica del marketing turístico en el cantón Gualaceo
- 4.3 Marketing de servicios
- 4.4 Estructura del plan de marketing turístico aplicado al turismo del cantón Gualaceo.

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

Anexo 1. Diseño aprobado del proyecto de investigación.

Anexo 2. Nómina de graduados de la carrera de turismo

Anexo 3. Encuesta.

Anexo 4. Entrevista.



Anexo B. Encuesta.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD-TURISMO

ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DE TURISTA QUE VISITA EL CANTON GUALACEO, AZUAY

Se solicita marcar honestamente con una equis en el casillero que corresponda respecto a su visita al cantón Gualaceo, Azuay. La encuesta es anónima para su confidencialidad.

Agradecemos su colaboración.

1. Sexo

Masculino

Femenino

LGBTIQ+

2. Lugar de procedencia

Costa

Sierra

Amazonía

Norteamérica

Centroamérica

Sudamérica

Oceanía

Europa

África

Asia

1. Años de edad

De 0 a 12 años

De 12 a 18 años

De 18 a 65 años

De 65-en adelante

2. ¿Cuál es su nivel de educación?

Ninguno

Bachillerato

- Preescolar Educación Superior y/o Postgrado
- Educación Básica

3. ¿Cuál es su ocupación actualmente?

- Director y Gerente Agricultor Científico
- Mecánico y afines Técnicos Operador y Ensamblador
- Administrador Ocupación Elemental
- Ocupación Militar Jubilado Comerciante
- Otros _____

4. Número de visitantes (Colocar el número de personas incluido Ud. en caso de venir acompañado)

- Solo Amigos N° _____
- Pareja Familia N° _____

5. Indique su nivel promedio de ingresos económicos

- De 0 a 396 De 1686 en adelante
- De 386 a 1686 No aplica

6. Medios de información del sitio

- Internet Revistas Amigos
- Redes sociales Periódicos Familiares
- Otros _____

1. Estado civil actual:

- Soltero/a Divorciado/a
- Unión de Hecho Viudo
- Casado/a Otro

7. Gasto turístico por persona a lo largo del día (Contiene gastos de alimentación, desplazamiento, artesanía adquirida y otros)

- De 0 a 15 dólares De 40 a 55 dólares No
Aplica
- De 15 a 25 dólares De 55 a 100 dólares
- De 25 a 40 dólares De 100 dólares en adelante

8. Indique cuál ha sido su motivación de viaje

- Campo y Naturaleza Gastronomía
- Practicar deportes Visitar amigos o familiares
- Artesanías Fiestas y eventos culturales
- Salud Otros _____

9. Transporte utilizado para llegar al sitio Su propio vehículo Motocicleta

Autobús Bicicleta Otros _____

10. Califique con una "X" la satisfacción turística en el sitio

Servicios Utilizados	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Alojamiento					
Alimentación					
Infraestructura					
Señalización					
Seguridad					
Servicio al cliente					
Servicios ofertados					

14. ¿Qué tiempo está dispuesto a quedarse en el destino?

Menos de 24 horas De 2 a 4 días Más de 5 días

15. ¿Recomendaría para que visiten el lugar de Gualaceo?

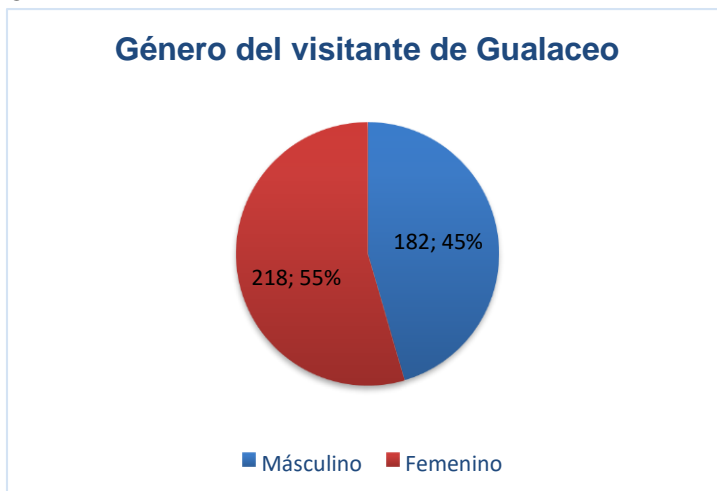
Sí recomiendo No recomiendo

16. ¿Volvería a visitar el cantón Gualaceo con fines turísticos?

Sí

Anexo C. Tabulación de encuestas

Pregunta 1: Sexo

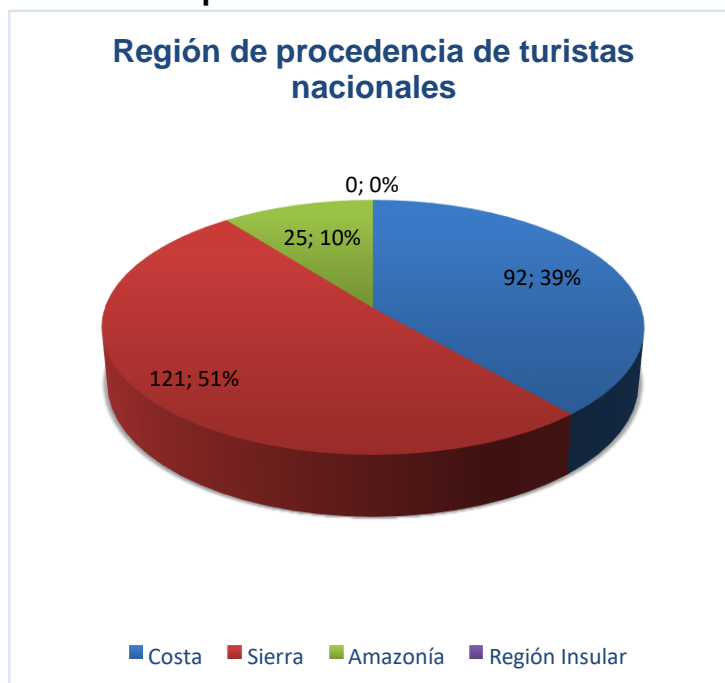


Pregunta 2: Lugar de procedencia

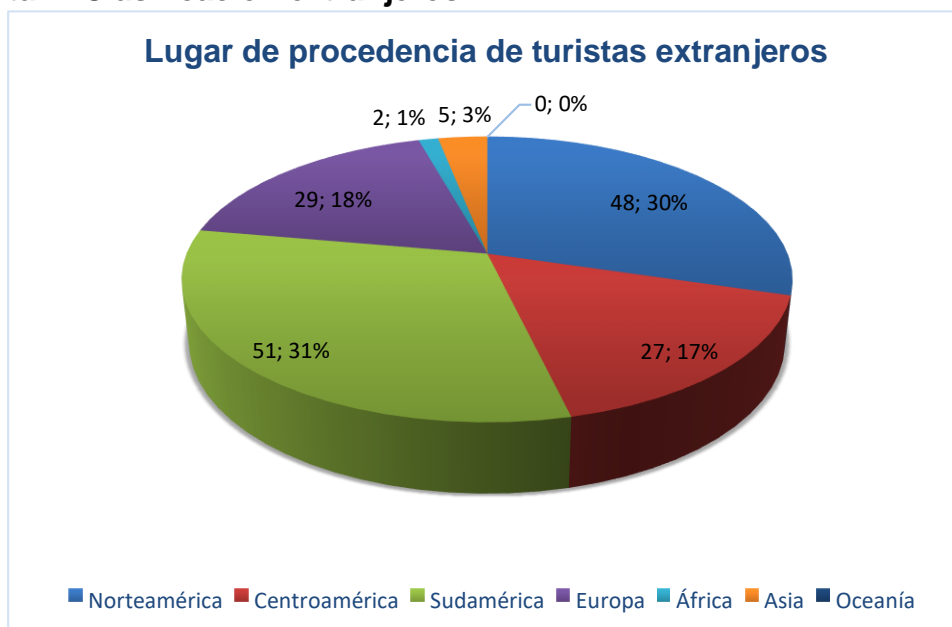


UCUENCA

Pregunta 2.1: Clasificación procedencia nacional



Pregunta 2: Clasificación extranjeros

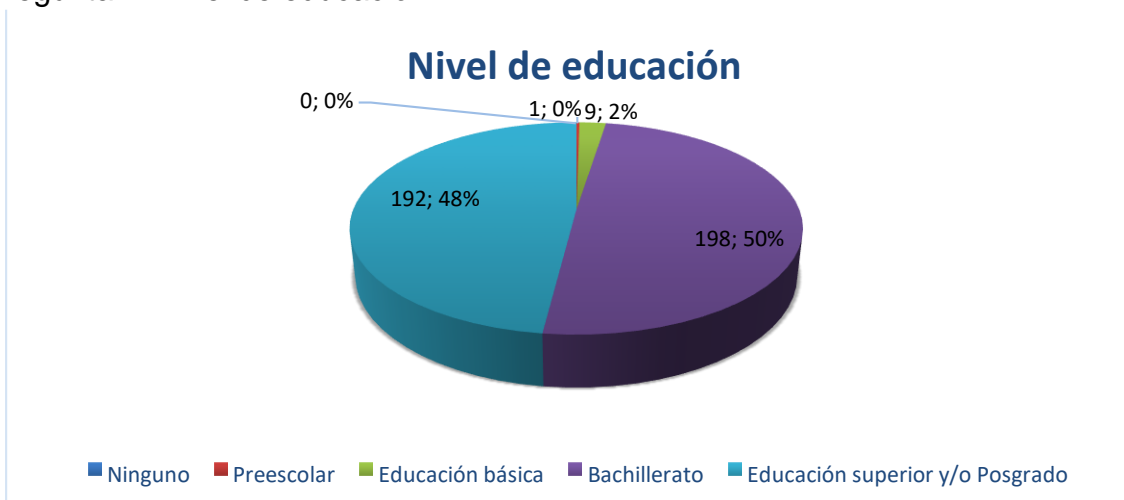


Pregunta 3: Rango de edad

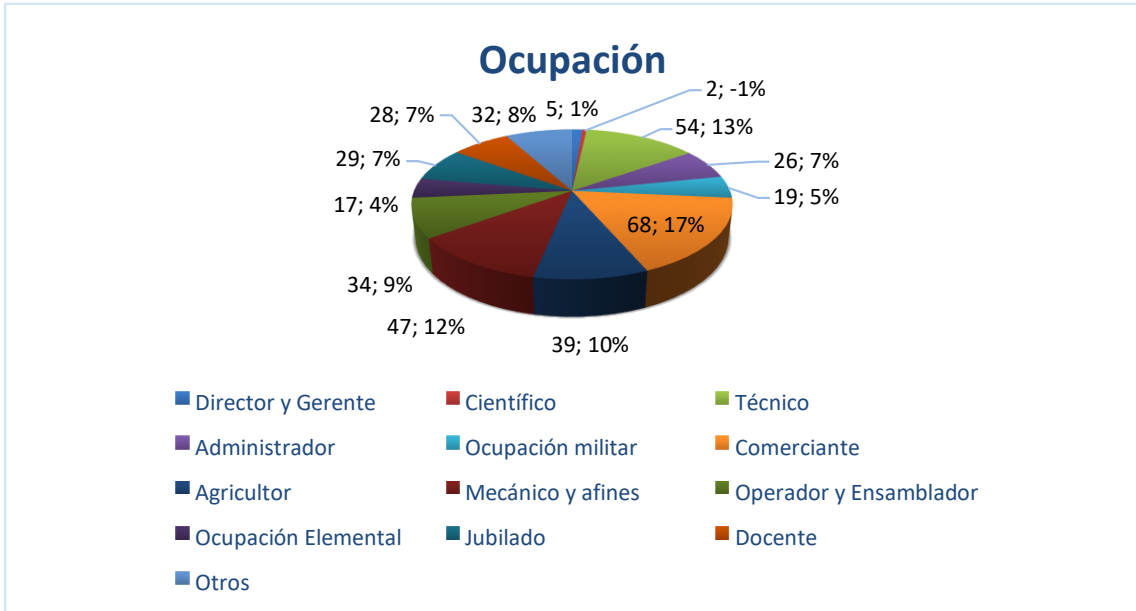
UCUENCA



Pregunta 4: Nivel de educación



Pregunta 5: ¿Cuál es su ocupación actualmente?



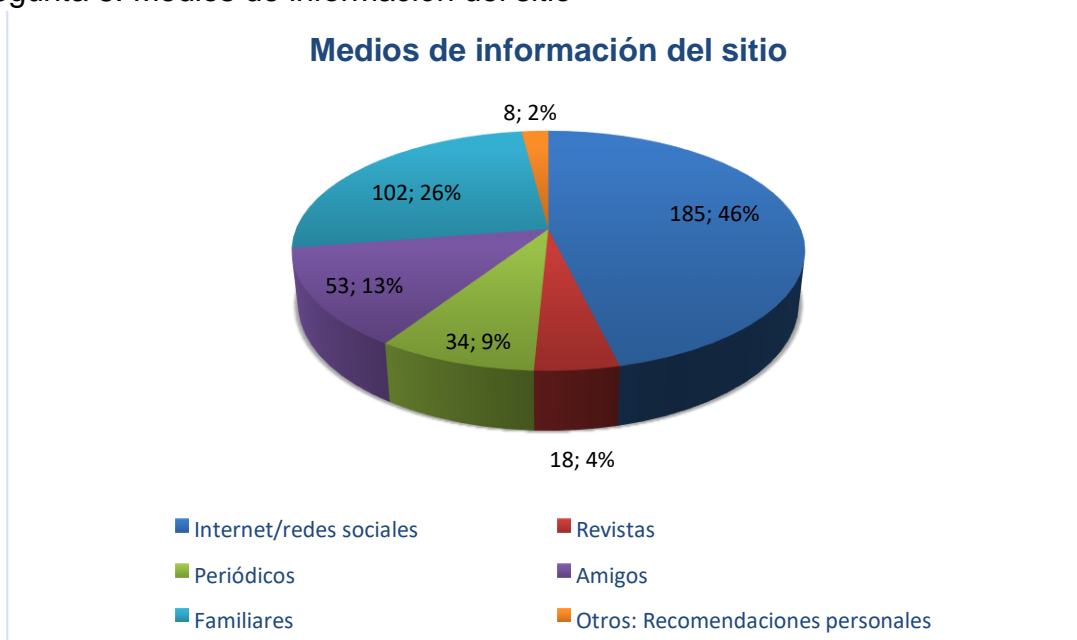
Pregunta 6: Número de visitantes



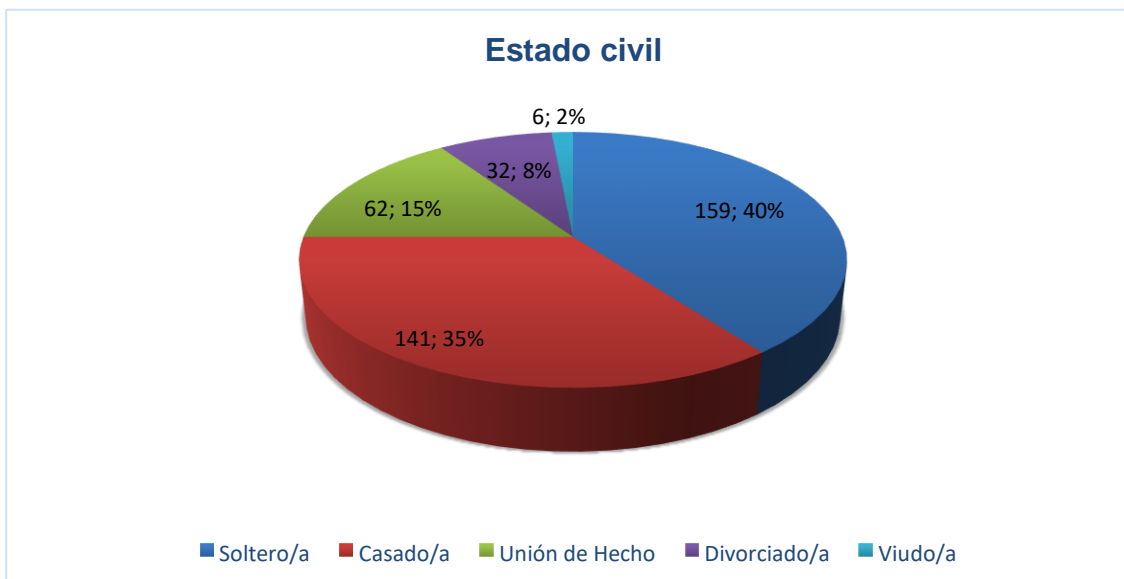
Pregunta 7: Nivel promedio de ingresos económicos



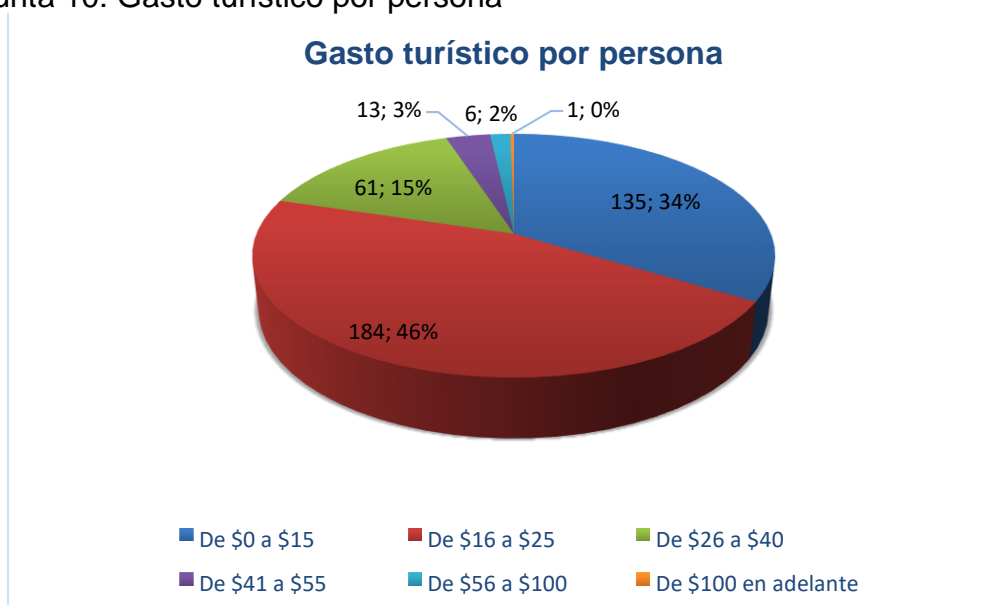
Pregunta 8: Medios de información del sitio



Pregunta 9: Estado civil

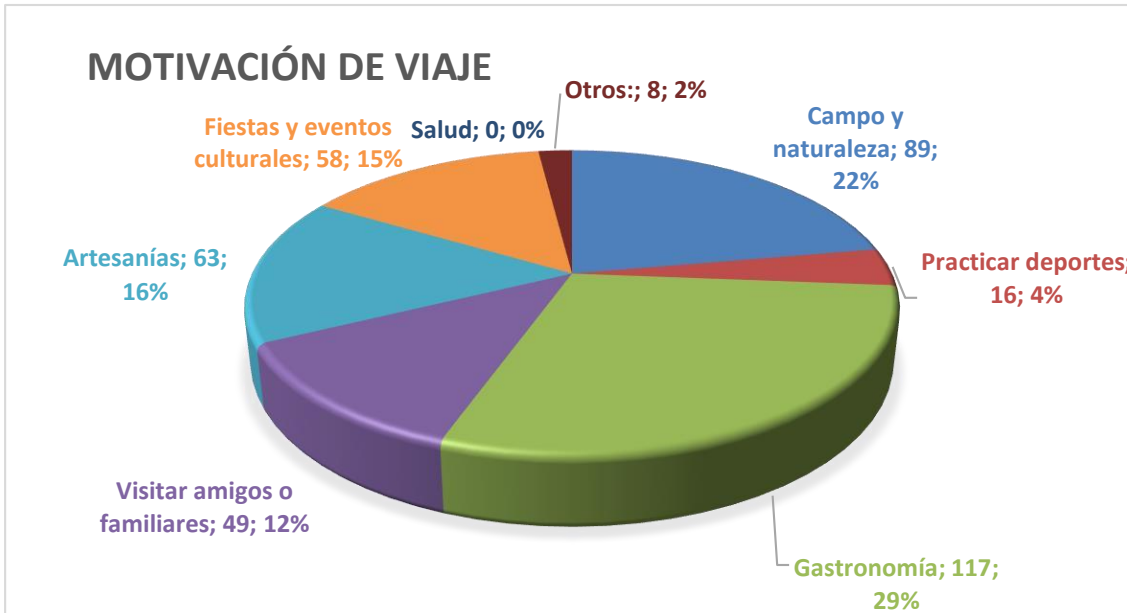


Pregunta 10: Gasto turístico por persona

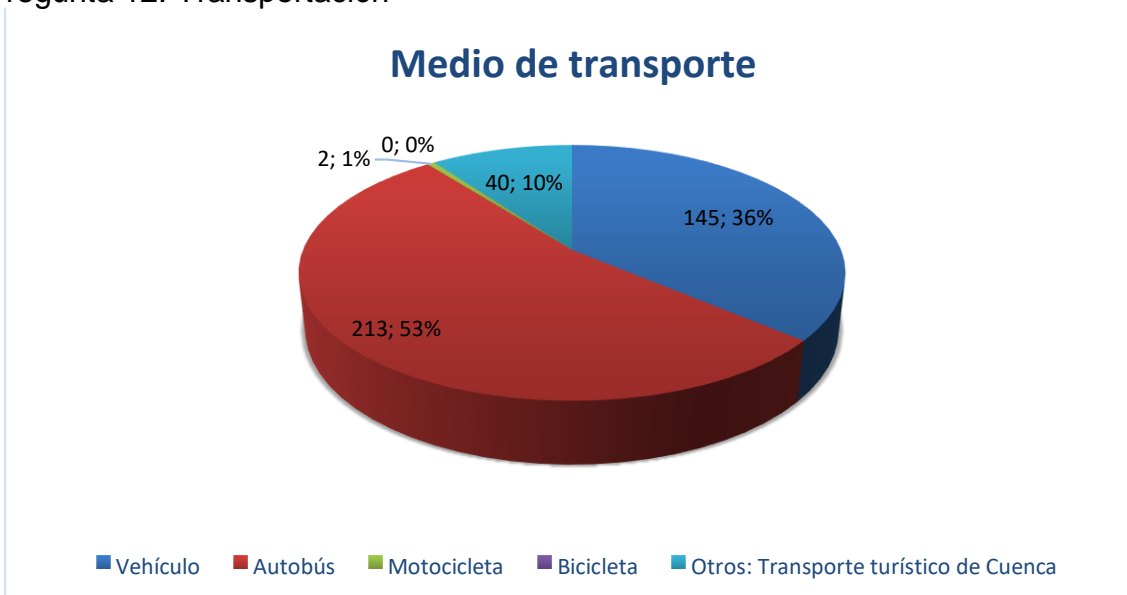


Pregunta 11: Motivación de viaje

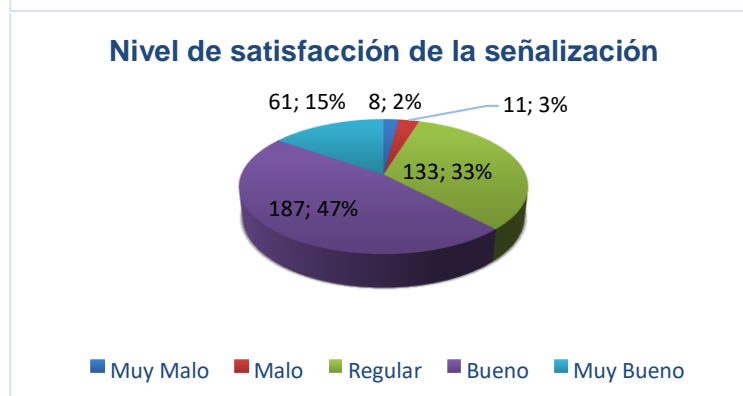
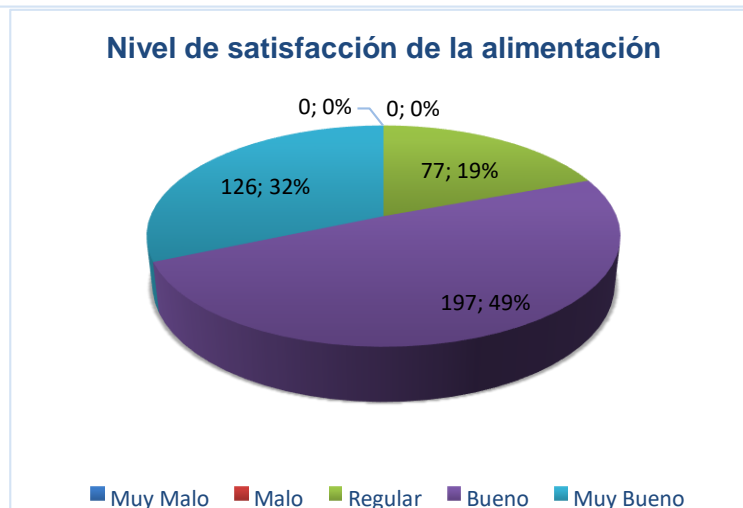
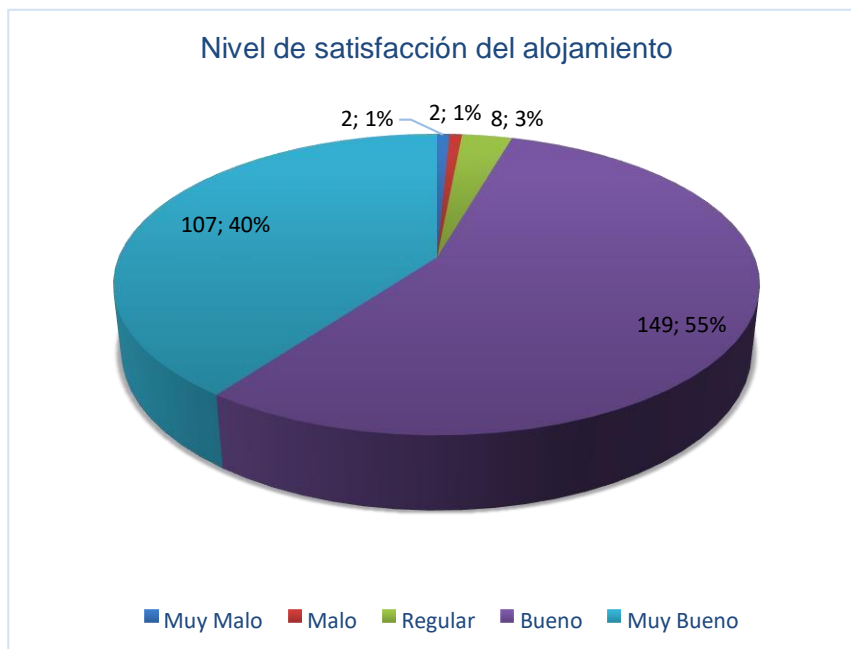
UCUENCA

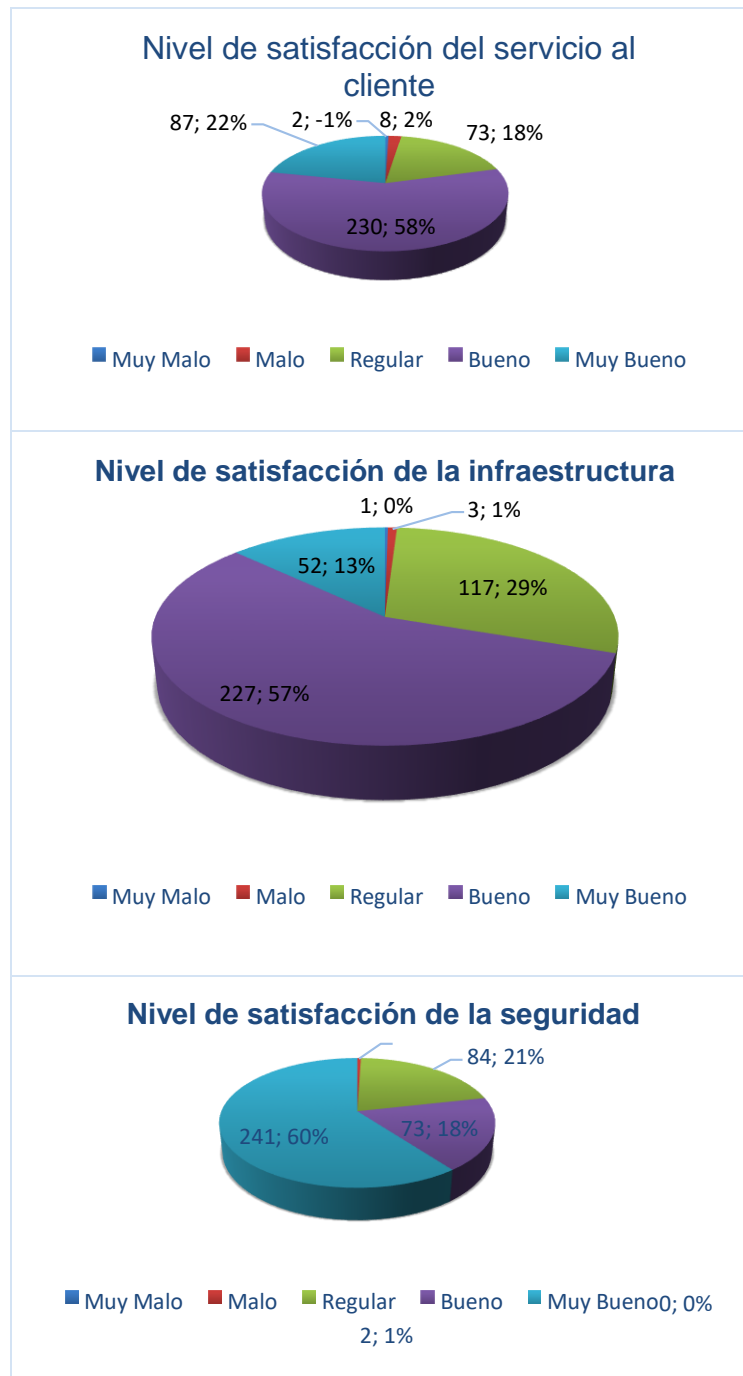


Pregunta 12: Transportación



Pregunta 13: Nivel de satisfacción turística en el sitio





Pregunta 14: Tiempo de estadía

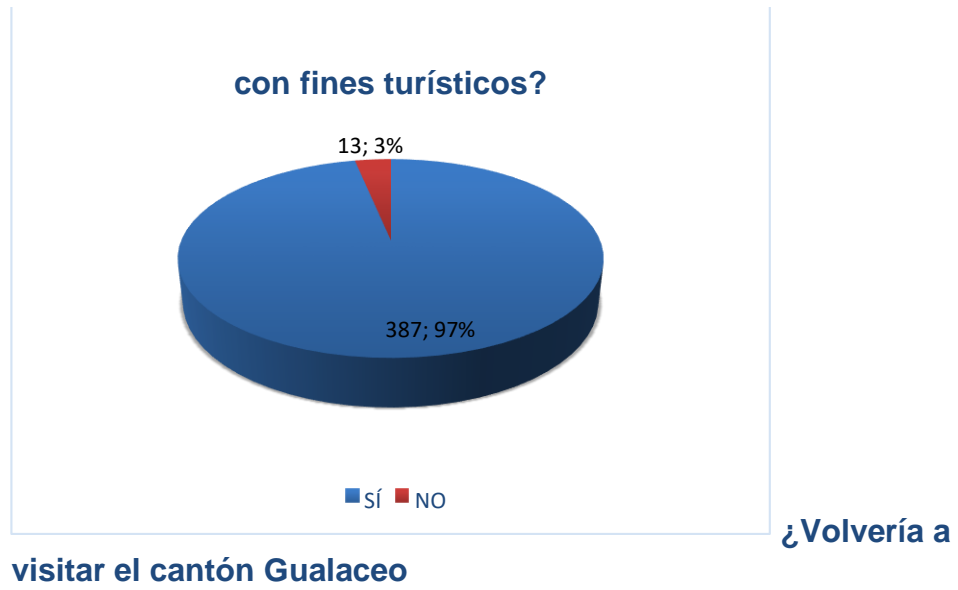
UCUENCA



Pregunta 15: Recomendación de visitar Gualaceo



Pregunta 16: Volvería a visitar el cantón de Gualaceo con fines turísticos



Anexo D. Anexo Fotográfico

Imagen 10 *Entrevista*

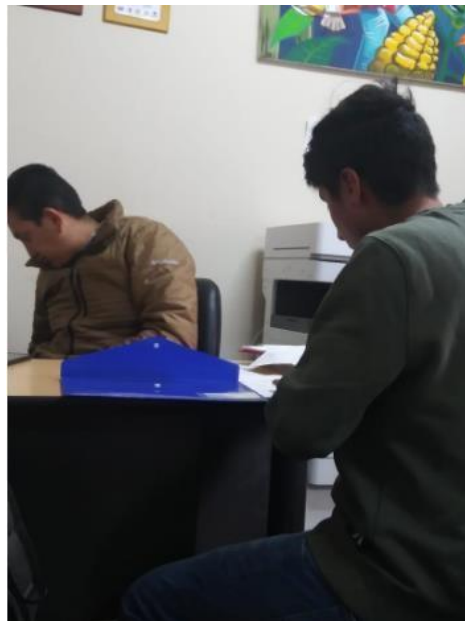


Imagen 11 Dulces de Gualaceo



Anexo E. Pernoctaciones por Cantón por Destino: Gualaceo



Nota: Adaptado de *Pernoctaciones por Cantón por Destino, 2020*, <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Pernoctaciones por Cantón por Destino: Paute



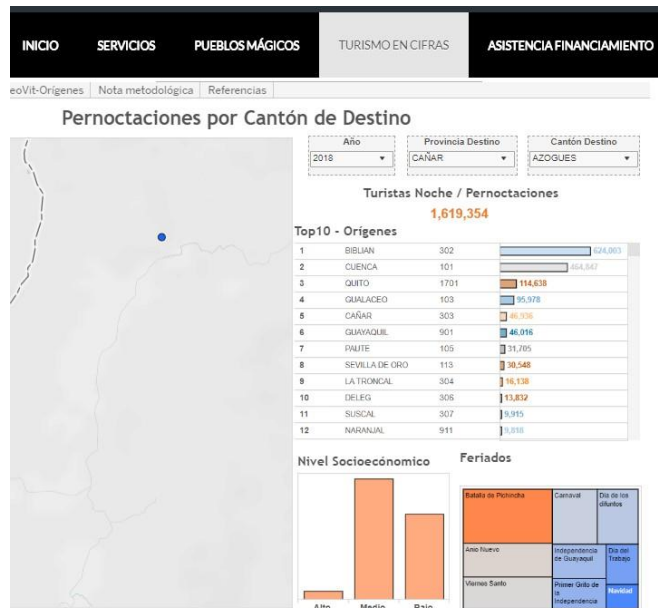
Nota: Adaptado de *Pernoctaciones por Cantón por Destino, 2020*, <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-0151/movimientos-internos-geovit>

Pernoctaciones por Cantón por Destino: Santa Isabel



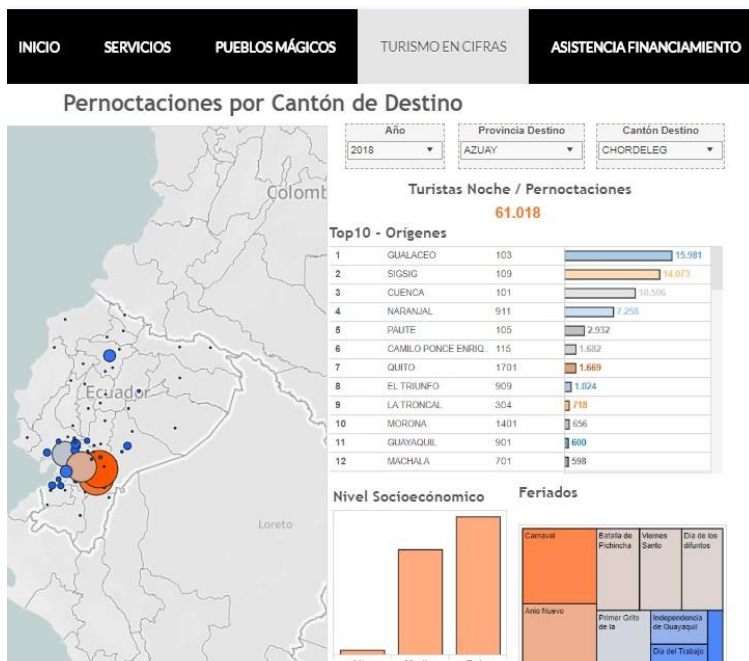
Nota: Adaptado de *Pernoctaciones por Cantón por Destino, 2020*, <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01->

Pernoctaciones por Cantón por Destino: Azogues



Nota: Adaptado de *Pernoctaciones por Cantón por Destino, 2020*, <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Pernoctaciones por Cantón por Destino: Chordeleg



Nota: Adaptado de Pernoctaciones por Cantón por Destino, 2020,
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Anexo F. Medios escritos

- Cotización de medios escritos



Niñez de Bonilla 5-112 y Guapondelig frente al SMI / Cuenca
 0995 238 525
 artes_inolvidables@hotmail.com

DAMIÁN TENECCLA
 Ing. en Turismo

27/02/2020
 COTIZACIÓN Nº 01051

ITEM	TOTAL
001 5 Gigantografías con estructura metálica , cada una de porte de 2* 3	600,00
002 2000 Afiches A2 a full color en couche de 150 grs sin laca uv	380,00
003 3000 Separadores de hojas full color en couche de 300 grs. de tamaño de 10*5	150,00
004 2000 Llaveros metálicos descorchadores	1700,00
005 1000 Tazas sublimadas a full color	2300,00
006 2500 Gorras camionero sublimadas colores varios	5750,00
007 4000 Bolsas de tela cambrella colores varios	3600,00
008 1000 Tomatodos varios colores publicidad en serigrafía	2800,00
009 8000 Dúpticos full color en couche de 150 grs.	450,00
010 2500 Esferos varios colores en serigrafía	950,00

Estos valores ya incluyen I.V.A.
 La forma de pago será con anticipo del 70% y el 30% contraentrega
 Tiempo de entrega a convenir.

Daniel Cruz
 Propietario

- Ejemplo de gigantografías

UCUENCA



2 X 1

*¡En este día de las madres
ingresa con esta super
promoción!*



¡CELEBRA ESTE DIA DE LA MADRE CON PLANETA AZUL!

Tablas

Tabla 5

Oferta turística: Agencias de viajes en el cantón Gualaceo

Razón Social	Dirección	Clasificación
ALISTOURS CIA.LTDA.	Vicente Peña 8-93 y Dávila Chica	Dual
ECUAGENETOURS CIA. Av. Principal vía a Cuenca km2 LTDA		Dual

GREENTOUR CIA. LTDA	9 de octubre 500 y Dávila Chica	Dual
---------------------	---------------------------------	------

GUACAMAYA TOURS CIA. Cuenca y 9 de octubre LTDA		Dual
---	--	------

MACANAS TOURS CIA. LTDA	Gran Colombia y Luis Rio Rodríguez	Dual
-------------------------	------------------------------------	------

SANBARVIAJES CIA. LTDA	Gran Colombia y Vicente Peña	Dual Reyes
------------------------	------------------------------	------------

MARJOSTOURS CIA.LTDA.	Dávila Chica 6-19 y Fidel Antonio	Dual piedra
-----------------------	-----------------------------------	-------------

Nota: Adaptado del Catastro de Actividades Turísticas, Municipalidad de Gualaceo, 2019, [Archivo Excel]

Tabla 6

Oferta turística: Alimentos y bebidas – Restaurantes

Razón Social	Dirección	Clasificación Categoría	
La Casona de Diego	Gran Colombia 6-70	Restaurante	Segunda
Don Q	Gran Colombia y 9 De Octubre	Restaurante	Segunda

UCUENCA

Grand Chifa China	Cuenca S/N y Manuel Moreno	Restaurante	Segunda
Apolo Pizza	Eugenio Espejo y Antonio Delgado	Restaurante	Tercera
Azuayo	Av. Jaime Roldós y Vicente Peralta	Restaurante	Tercera
La Brasa	Luis Ríos Rodríguez	Restaurante	Tercera
Buffalo Wings & Ribs	Gran Colombia y 9 De Octubre	Restaurante	Tercera
Cabaña del Valle	Av. Jaime Roldós y Cañarís	Restaurante	Tercera
Camarón de Oro	Jaime Roldós y Manuel Moreno	Restaurante	Tercera
La Campiña	Av. Jaime Roldós y Manuel Moreno	Restaurante	Tercera
El Cantor	Vicente P Reyes 5-10 y Colon	Restaurante	Tercera
Casanova	Av. Jaime Roldós y Luis Cordero	Restaurante	Tercera
La Cascada	Av. Jaime Roldós y Manuel Moreno	Restaurante	Tercera
El Cisne	Jaime Roldós S/N y 9 De Octubre	Restaurante	Tercera

UCUENCA

La Delicia	Dávila Chica y I. R. Rodríguez	Restaurante	Tercera
El Dragón	Gran Colombia S/N y Luis Cordero	Restaurante	Tercera
El Dragón	Tres de Noviembre y Abelardo J A.	Restaurante	Tercera
Encebollados Doña Rosita	Calle Colón y Vázquez Correo	Restaurante	Tercera
Fogón Gualaceño	9 de Octubre y Antonio Vera	Restaurante	Tercera
Fritadas De Certag	Certag	Restaurante	Tercera
Gran Chaparral	Vía Chordeleg	Restaurante	Tercera
Mesón Gualaceño	Av. Jaime Roldós y Vicente Peña	Restaurante	Tercera
Nallyg	Vía a San Juan	Restaurante	Tercera
Pollería Gualaceo	Luis Ríos Rodríguez y Colón	Restaurante	Tercera
Pollos Guisus	Calle Cuenca 9-50 y Luis Ríos Rodríguez	Restaurante	Tercera
El Rodeo	9 De Octubre Y Gran Colombia	Restaurante	Tercera

UCUENCA

Sabor Costeño	Jaime Roldós S/N Frente Al Terminal	Restaurante	Tercera
Sabor Gualaceño	Manuel Moreno 4-19 y Jaime Roldós	Restaurante	Tercera
Santa Bárbara	Av. Jaime Roldós y Vía Principal	Restaurante	Tercera
Santa Bárbara	Av. Jaime Roldós Y Vicente Peña Herrera	Restaurante	Tercera
El Anzuelo	Colon y Luis Cordero	Restaurante	Cuarta
Asadero El Turista	Vicente Peña Reyes 5-26 y Colón	Restaurante	Cuarta
Bin Ban Bum	Gran Colombia y Vicente Reyes	Restaurante	Cuarta
El Cantor	Manuel Guillen 8-44 y Luis Ríos Rodríguez	Restaurante	Cuarta
El Cantor	Vicente Peña Y Jaime Roldós	Restaurante	Cuarta
Comida Típica de la Costa	Av. 3 De Noviembre 9-57 Manuel Reyes	Restaurante Y	Cuarta
La Costeñita	Av. Jaime Roldós y Luis Cordero	Restaurante	Cuarta
La Delicia Tropical	Av. Jaime Roldós y Antonio Delgado	Restaurante	Cuarta

El Gran José	Vía A Cuenca	Restaurante	Cuarta
Pollería El Dorado	Luis Ríos Rodríguez Y Jaime Roldós	Restaurante	Cuarta
El Rincón Del Buen Sabor	9 De Octubre 7-76 Y Dávila Chica	Restaurante	Cuarta
Sol De Oro	Bullcay	Restaurante	Cuarta
El Viajero	Av. Jaime Roldós y Fidel Antonio Piedra	Restaurante	Cuarta
Zapotillo	Vicente Peña y Jaime Roldós	Restaurante	Cuarta

Nota: Los datos de los diferentes restaurantes sirven para tomar en cuenta a la oferta turística existente dentro del Cantón Gualaceo y, así incluirlos en la creación del plan de marketing.

Tabla 7

Oferta turística: Alimentos y bebidas – Bares

Razón Social	Dirección	Clasificación	Categoría
Logan	Av. Huayna Cápac y Jaime Roldós	Bar	Segunda
Athos	Av. Jaime Roldós y Eugenio Espejo	Bar	Tercera
D'yaboo	Gran Colombia y 9 De Octubre	Bar	Tercera

UCUENCA

Escondite Del Grillo El	Av. De Los Cañarís y Miguel Delgado	Bar	Tercera
Marabi	Cuenca 5-1 y Antonio Delgado	Bar	Tercera
Oso Polar	San Francisco	Bar	Tercera
Platinum	Jaime Roldós y 3 de Nov.	Bar	Tercera
Roberts Licors	Luis Ríos Rodríguez 5-79 y Calle Cuenca	Bar	Tercera
Snazzy	Benigno Vázquez y Calle Cuenca	Bar	Tercera
The Flame Urban Liquor	Cuenca 3-57 y Benigno Vázquez	Bar	Tercera
Shot	Av. Jaime Roldós E Isidro Ayora	Bar	Tercera

Nota: Los datos de los diferentes bares sirven para tomar en cuenta a la oferta turística existente dentro del Cantón Gualaceo y, así incluirlos en la creación del plan de marketing.

Tabla 8

Oferta turística: Alimentos y bebidas – Fuentes de Soda

Razón Social	Dirección	Clasificación	Categoría
Abasto 311	Av. 3 De Noviembre 8-21 y Dávila Chica	Fuente De Soda	Tercera
La Casa Del Buffet	Dávila Chica y Vicente Peña	Fuente De Soda	Tercera

UCUENCA

Choco Helados	Luis Cordero 4-84 y Colon	Fuente De Soda	Tercera
Chuzos Margarita	Antonio Delgado 7-51 y Dávila Chica	Fuente De Soda	Tercera
Don Pepe	9 De Octubre y Dávila Chica	Fuente De Soda	Tercera
Jardín Del Edén	Av. De Los Cañarís y Miguel Delgado	Fuente De Soda	Tercera
Jhon Jairo	Av. Jaime Roldós y 9 De Octubre	Fuente De Soda	Tercera
Papi Pollo	Cuenca y Luis Cordero	Fuente De Soda	Tercera
Punto Delicia Sabor Ya Roma	Miguel Delgado y Mercedes Vásquez	Fuente De Soda	Tercera
Súper Pizza	Av. Jaime Roldós 6-65 y 9 De Octubre	Fuente De Soda	Tercera

Nota: Los datos de las diferentes fuentes de sodas sirven para tomar en cuenta a la oferta turística existente dentro del Cantón Gualaceo y, así incluirlos en la creación del plan de marketing.

Tabla 9

Oferta turística: Alimentos y bebidas – Cafeterías

Razón Social	Dirección	Clasificación	Categoría
Café Alemán	Av. Jaime Roldós S/N	Cafetería	Tercera
La Casa	Colon y Av. Cañarís	Cafetería	Cuarta

Nota: Los datos de las diferentes cafeterías sirven para tomar en cuenta a la oferta turística existente dentro del Cantón Gualaceo y, así incluirlos en la creación del plan de marketing.

Tabla 10

Oferta turística: Alojamiento – Hostales

Razón Social	Dirección	Clasificación	Categoría
Las Perlas	Luis Cordero y Eugenio Espejo	Hostal	Primera
Humbertina	Av. Jaime Roldós y Luis Ríos Rodríguez	Hostal	Segunda
Molina	Calle Del Parador y Jaime Roldós	Hostal	Segunda
El Valle	Av. Jaime Roldós 5-70	Hostal	Segunda
El Belén	Jaime Roldós y 9 De Octubre	Hostal	Tercera
Pachacama c	Luis Ríos Rodríguez 3 17	Hostal	Tercera
Riera	Vía A Gualaceo	Hostal	Tercera

Carlos Andrés	Gran Colombia y Antonio Delgado	Hostal Residencia	Segunda
Española	Ríos Rodríguez N.- 7-16 y Gran Colombia	Hostal Residencia	Tercera
Gualaceo	Gran Colombia N.- 3-02 y Antonio Piedra	Hostal Residencia	Tercera

Nota: Los datos de los diferentes hostales sirven para tomar en cuenta a la oferta turística existente dentro del Cantón Gualaceo y, así incluirlos en la creación del plan de marketing.

Oferta turística: Alojamiento – Hosterías

Razón Social	Dirección	Clasificación	Categoría
Arhana	Vía Descanso Gualaceo	Hostería	Primera
Santa Bárbara	Av. Loja Y Sucre	Hostería	Primera

Nota: Los datos de las diferentes hosterías sirven para tomar en cuenta a la oferta turística existente dentro del Cantón Gualaceo y, así incluirlos en la creación del plan de marketing.

Tabla 11

Oferta turística: Ocio y recreación – Discotecas

UCUENCA

Razón Social	Dirección	Clasificación	Categoría
El Casino	Ignacio Jaramillo y Efraín Vásquez	Sala de Recepciones y Banquetes	Segunda
Chalua	Vía Cuenca Gualaceo Sector Bullcay	Discoteca	Segunda
Glazz Discoteca	Ignacio Jaramillo Y Granadillas	Discoteca	Primera
Hechizo de Luna	Jaime Roldós S/N	Discoteca	Segunda
La Kalle	Circunvalación Vicente Peña Reyes	Discoteca	Segunda
Los Marios	Gualaceo Sector Parculoma	Termas y Balnearios	Segunda
Planeta Azul	Vía Cuenca -Gualaceo	Termas y Balnearios	Primera
Quinta Carmelina	Gualaceo Sector Quimshi	Sala de Recepciones y Banquetes	Segunda
Los Tres Prays	Av. de Los Cañarís y Calle S/N	Discoteca	Segunda

Nota: Los datos de las diferentes discotecas sirven para tomar en cuenta a la oferta turística existente dentro del Cantón Gualaceo y, así incluirlos en la creación del plan de marketing.

Tabla 12 *Centros de Salud en Gualaceo*

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPOLOGÍA DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	SERVICIO
UNIDAD LUIS CORDERO VEGA GUALACEO	B	LAGUAN CENTRO	CONSULTA EXTERNA Y ODONTOLOGÍA
CENTRO DE SALUD DE SAN JUAN	A	CENTRO DE SAN JUAN	CONSULTA EXTERNA Y EMERGENCIA
UNIDAD OPERATIVA DANIEL CORDOVA	A	IZHARBAN CENTRO	ACTIVIDADES EXTRAMURALES, COMUNIDAD Y FAMILIA, CONSULTA EXTERNA, Y EMERGENCIA
UNIDAD ANIDADA MORENO VAZQUEZ GUALACEO	A	JADAN	CONSULTA EXTERNA
CENTRO DE SALUD MARIANO MORENO	A	GUALACEO, CALLASAY CALLE 14 DE FEBRERO Y ORIENTE	CONSULTA EXTERNA
SUB CENTRO DE SALUD ZHIDMAD	PRIMER NIVEL	PARROQUIA ZHIDMAD	ACTIVIDADES EXTRAMURALES, COMUNIDAD Y FAMILIA Y CONSULTA EXTERNA
UNIDAD ANIDADA MORENO VAZQUEZ GUALACEO	B	GUALACEO, CALLE 9 DE OCTUBRE 1168	CONSULTA EXTERNA Y APOYO Y DIAGNÓSTICO CLÍNICO

Nota: Adaptado de *Establecimientos de Salud, Coordinación Zonal 6, Ministerio de Salud Pública del Ecuador,*

<http://instituciones.msp.gob.ec/cz6/images/documentos/Establecimientos%20de%20Salud%20Coordinacin%20Zonal%206%20-%20SALUD.pdf>

UCUENCA