



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN
GUANO – PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Proyecto de investigación previo la obtención del título de tecnóloga en la carrera
administración turística hotelera

Autora: Karen Vanessa Solano Vera

Tutor: Ing. Rafael Elizalde M.

Quito, Octubre 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetan las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Karen Vanessa Solano Vera

CC.: 172178500-2

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Karen Vanessa Solano Vera alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntaria cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Karen Vanessa Solano Vera

CC.: 172178500-2

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante Solano Vera Karen Vanessa, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera Administración Turística y Hotelera que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Hotelera y Turística, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **Plan estratégico de marketing con la finalidad de dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Guano Provincia de Chimborazo 2015-2016**, el cual se trata de mejorar la actividad turística del Cantón Guano mediante afiches. Para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la

**PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

**PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La

**PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 20 días del mes de octubre de dos mil quince.

f) _____

Solano Vera Karen Vanessa

C.I. N° 172178500-2

CEDENTE

f) _____

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada agradezco a Dios por darme la sabiduría, valor y fuerza para superar un reto más en mi vida.

A mi madre por haber sido ser mi apoyo y mi guía no solo en mis estudios sino en todos los años de mi vida.

También le agradezco al Ing. Rafael Elizalde por ser mi tutor ya que colaboró con sus conocimientos para mejorar mi tesis.

De igual manera a Andrés Abalco que siempre estuvo pendiente de mí para que culminara esta meta.

Karen Vanessa Solano Vera

DEDICATORIA

Primeramente dedico esta tesis a mi madre Jenny Vera por ser una mujer ejemplar que me ha ayudado a superar cada obstáculo, por darme palabras de aliento para seguir adelante en esta etapa muy importante, por ser incondicional en cada momento.

A mi pareja Andrés Abalco por darme fuerzas y no dejar que me rinda tan fácilmente sino que continúe luchando por mis sueños.

Y por último dedicar a los jóvenes que están iniciando la carrera de hotelería y turismo que sean perseverantes ya que a veces se presentan momentos difíciles pero no imposibles de superar.

ÍNDICE GENERAL

	PORTADA	
	ACTA DE APROBACION DEL PROYECTO DE GRADO	
	DECLARATORIA.....	iii
	CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
	CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECCTUAL.....	v
	AGRADECIMIENTO.....	ix
	DEDICATORIA.....	x
	INDICE GENERAL.....	xi
	INDICE DE TABLAS.....	xv
	INDICE DE FIGURAS.....	xvii
	RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
	ABSTRACT.....	xix
	INTRODUCCIÓN.....	xx
	CAPÍTULO I.....	1
1.0.	Antecedentes.....	1
1.01	Contexto.....	2
1.01.01	Generalidades.....	3
1.02	Justificación.....	6
1.03	Definición del problema central (matriz t).....	8
	CAPÍTULO II.....	11
2.0	Análisis de involucrados.....	11

2.01	Mapeo de involucrados.....	11
2.02	Matriz de análisis de involucrados.....	13
	CAPÍTULO III.....	18
3.0	Problemas y objetivos.....	18
3.01	Árbol de problema.....	18
3.02	Árbol de objetivos.....	20
	CAPÍTULO IV.....	22
4.0	Análisis de alternativas.....	22
4.01	Matriz de análisis de alternativas.....	22
4.02	Análisis de impactos de los objetivos.....	24
4.03	Diagrama de estrategias.....	26
4.04	Matriz de marco lógico.....	28
	CAPÍTULO V.....	33
5.0	Propuesta.....	33
5.01	Antecedentes.....	33
5.01.01	Fundamentación Teórica.....	34
5.01.02	Análisis FODA.....	60
5.01.03	Investigación de mercado.....	62
5.01.04	Instrumentos de la investigación.....	62
5.01.05	Población y muestra.....	63
5.01.05.01	Población.....	63
5.01.05.02	Tamaño de la muestra.....	64
5.01.06	Análisis de la información.....	65
5.01.06.01	Encuesta No. 1.....	65

5.01.06.02	Encuesta No. 2.....	76
5.02	Descripción.....	80
5.03	Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	81
	CAPÍTULO VI.....	93
6.0	Aspectos administrativos.....	93
6.01	Recursos.....	93
6.02	Presupuesto.....	95
6.03	Cronograma.....	96
	CAPÍTULO VII.....	98
7.0	Conclusiones y recomendaciones.....	98
7.01	Conclusiones.....	98
7.02	Recomendaciones.....	98
	Anexos.....	100
	Anexo 1.....	101
	Anexo 2.....	102
	Anexo 3.....	104
	Anexo 4.....	104
	Anexo 5.....	105
	Anexo 6.....	106
	Anexo 7.....	110
	Anexo 8.....	111
	Anexo 9.....	112
	Anexo 10.....	112

Anexo 11.....	113
Anexo 12.....	113
Anexo 13.....	114
Anexo 14.....	114
Anexo 15.....	115
Anexo 16.....	115
Anexo 17.....	116
Anexo 18.....	116
Anexo 19.....	117
Referencias bibliográficas.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	Matriz T.....	10
TABLA 2	Matriz de involucrados.....	15
TABLA 3	Matriz de análisis.....	17
TABLA 4	Matriz de análisis de alternativas.....	23
TABLA 5	Análisis de impactos de objetivos.....	25
TABLA 6	Matriz de marco lógico.....	28
TABLA 7	Análisis FODA.....	61
TABLA 8	Pregunta No. 1.....	65
TABLA 9	Pregunta No. 2.....	66
TABLA 10	Pregunta No. 3.....	68
TABLA 11	Pregunta No. 4.....	69
TABLA 12	Pregunta No. 5.....	70
TABLA 13	Pregunta No. 6.....	71
TABLA 14	Pregunta No. 7.....	72
TABLA 15	Pregunta No. 8.....	73
TABLA 16	Pregunta No. 9.....	74
TABLA 17	Pregunta No. 10.....	75
TABLA 18	Pregunta No. 1.....	76
TABLA 19	Pregunta No. 2.....	77
TABLA 20	Pregunta No. 3.....	78
TABLA 21	Pregunta No. 4.....	79
TABLA 22	Oferta.....	92
TABLA 23	Demanda.....	92

TABLA 24	Recursos humanos.....	93
TABLA 25	Recursos tecnológicos.....	93
TABLA 26	Recursos materiales.....	94
TABLA 27	Presupuesto.....	95
TABLA 28	Cronograma.....	96

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	Mapeo de involucrados.....	12
FIGURA 2	Árbol de problemas.....	19
FIGURA 3	Árbol de objetivos.....	21
FIGURA 4	Diagrama de estrategias.....	27
FIGURA 5	Pregunta 1.....	66
FIGURA 6	Pregunta 2.....	67
FIGURA 7	Pregunta 3.....	68
FIGURA 8	Pregunta 4.....	69
FIGURA 9	Pregunta 5.....	70
FIGURA 10	Pregunta 6.....	71
FIGURA 11	Pregunta 7.....	72
FIGURA 12	Pregunta 8.....	73
FIGURA 13	Pregunta 9.....	74
FIGURA 14	Pregunta 10.....	75
FIGURA 15	Pregunta 1.....	76
FIGURA 16	Pregunta 2.....	77
FIGURA 17	Pregunta 3.....	78
FIGURA 18	Pregunta 4.....	79

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se concentra en el desarrollo de un plan de marketing estratégico con la finalidad de dar a conocer los atractivos turísticos de cantón Guano. El mencionado cantón se encuentra ubicado en la serranía central, específicamente en la Provincia de Chimborazo. Guano tiene una historia centenaria, ya que los primeros asentamientos humanos conocidos son los establecidos por las culturas preincaicas; con la llegada de los españoles, se construyó en el lugar los primeros asentamientos junto con la comunidad franciscana. Esta rica historia es la principal fuente de la cultura guaneña como una ciudad emprendedora y con vastos atractivos naturales. Con el desarrollo de la investigación, se detectó que la actividad turística en el cantón está rezagada debido la insuficiente promoción turística del cantón, esto genera un problema central que se relaciona con el limitado desarrollo de la actividad turística, razón por la cual el proyecto busca como objetivo central construir una herramienta técnica apoyada en un plan de marketing, que sirva como impulso para que los turistas visiten y conozcan la cultura del cantón Guano. Como principal herramienta de investigación se utilizó la encuesta que fue aplicada a los turistas nacionales e internacionales con el fin de conocer su opinión sobre aspectos relacionados a la actividad turística. Los resultados obtenidos están relacionados con la falta de promoción e información sobre los atractivos turísticos del cantón y su disposición para viajar al mencionado sector si existe la suficiente publicidad y promoción sobre lo que pueden realizar en su visita a Guano. En ese sentido se enfoca el plan de marketing desarrollado, generando estrategias y metas por cada componente referente al producto, precio, plaza y promoción.

ABSTRACT

This research project focuses on developing a strategic marketing plan in order to make known attractions Guano canton. It said Canton is located in the central highlands, specifically in the province of Chimborazo, at a distance of 10 kilometers from the city of Riobamba. Guano has a centuries-long history, since the first known human settlements are established by the pre-Inca cultures; with the arrival of the Spaniards, it was built in the place the first settlements with the Franciscan community. This rich history is the main source of Guaneña entrepreneurial culture as a city with vast natural attractions.

With the development of the investigation, it was found that tourism in the county is lagging because of insufficient tourist promotion of Canton, this creates a major problem that relates to the limited development of tourism, which is why the project aims central objective of building a technical tool supported by a marketing plan that will serve as an impetus for tourists to visit and know the culture of the canton Guano. As a leading survey research tool that was applied to domestic and international tourists in order to know your opinion on issues related to tourism and behavior in relation to a potential visit to the canton Guano was used. The results are related to the lack of promotion and information about the tourist attractions of Canton and willingness to travel to that sector if there is enough publicity and promotion of what they can perform on his visit to Guano. In this regard the marketing plan developed focuses, generating strategies and goals for each component concerning the product, price, place and promotion.

INTRODUCCION

En la actualidad la industria del turismo está abriendo nuevas oportunidades de desarrollo, por tal motivo es de vital importancia realizar un estudio de los diversos lugares del Ecuador que poseen un gran potencial turístico y que deben ser trabajados por sus comunidades.

La geografía y la naturaleza ecuatoriana se caracterizan por su impresionante diversidad de climas y paisajes, la flora y fauna, el ser humano y la sociedad que vive en medio de ellas constituyen un conjunto diverso de culturas, lenguas, costumbres y cosmovisiones. El turismo comunitario permite tener más contacto con la gente, conocer las costumbres y el modo de vida de culturas centenarias, desde adentro. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo es para la comunidad.

La idea de esta forma de turismo es que el visitante pueda experimentar cómo se vive dentro de una comunidad, ya sea indígena o afro ecuatoriana, que esté en contacto directo con los miembros de las comunidades, que los acompañe en sus actividades diarias y que aprenda costumbres de ellos.

Todas las comunidades deben estar debidamente capacitadas en los diferentes aspectos de desarrollo turístico tales como atención al cliente, buenas prácticas ambientales, sensibilización turística; es decir con una orientación hacia el desarrollo e incremento del turismo alternativo.

El Cantón Guano se encuentra ubicado en la Provincia de Chimborazo en la zona Sierra Centro, es conocida como la Capital Artesanal del Ecuador debido a la fabricación de artesanías en cuero y tejidos en alfombra.

La presente investigación se va a realizar con la finalidad de mejorar el desarrollo de la actividad turística aplicado estrategias de promoción y difusión de todos los sitios turísticos existentes en el lugar, permitiendo mejorar su competitividad en el mercado turístico. El cantón Guano cuenta con un sin número de atractivos turísticos tanto naturales como culturales, pero su principal problema es que no tiene una buena promoción, lo que impide aprovechar su potencial turístico. El Municipio de Guano puede desarrollar proyectos que involucren al turismo con la comunidad; pero, lamentablemente las autoridades dejan de lado el desarrollo del turismo para preocuparse prioritariamente por aspectos políticos.

El aprovechamiento del potencial turístico que tiene el cantón Guano puede maximizarse con la propuesta de un plan de marketing. Con esto el Cantón fortalecerá sus tendencias turísticas, tomando en cuenta sus fortalezas y oportunidades.

Guano posee sitios turísticos importantes los cuales no son tan reconocidos pero mediante este proyecto se van a dar a conocer.

La diversidad que se encuentra en esta zona es amplia y variada sin embargo no ha podido posicionarse como un lugar turístico de importancia dentro del país en vista que no existen servicios turísticos que estén acorde con las necesidades de las personas que buscan una estadía agradable, por tal motivo los turistas eligen otros lugares para visitar o pasar sus vacaciones

Las autoridades no han hecho el mejor esfuerzo para fomentar la actividad turística por tal motivo se pretende mejorar el turismo mediante material promocional como son: camiseta, gorra, taza y tríptico que hagan que la gente en general sepa de los atractivos que posee este cantón y decidan visitarlos.

CAPÍTULO I

1.0 Antecedentes

La presente investigación se realiza mediante las fuentes donde se recopiló información de la historia, de los diferentes atractivos turísticos del sector, el cual pretende tener una orientación bastante clara y práctica.

El presente plan de marketing también contiene información de la tesis como tema Plan de marketing turístico para el cantón Guano, provincia de Chimborazo del cual es autora Andrea Paola Espín Pérez estudiante de la Universidad Tecnológica Equinoccial de la Facultad de turismo, hotelería y gastronomía, carrera de turismo y preservación ambiental.

Para la elaboración de este proyecto también se recopiló información de la tesis como tema Plan de difusión turística del cantón Puerto Quito elaborada por Andrés Alejandro Abalco Vallejo estudiante de la escuela de administración hotelera turística del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Otro de los planes de marketing que se utiliza como base para la elaboración del proyecto, fue el diseño de plan de marketing turístico para el cantón Guamote, provincia de Chimborazo elaborado por Patricio Xavier Lozano Rodríguez estudiante de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la Facultad de Recursos Naturales, Escuela de ingeniería en ecoturismo, Gobierno Municipal de Guamote.

El presente proyecto también tiene información recopilada del documento como tema Diseño de un plan de marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi

elaborado por Cristian Delgado, Paola Lorentty, M.Sc Victor Osorio estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

El plan de marketing turístico para la ciudad de Machala, basado en la realidad turística actual y los proyectos a desarrollarse en los próximos 3 años, el cual elaborado por Anable Chérrez, Pamela Herrera e Ing. Pedro Rivadeneira estudiantes de la Escuela Superior Politécnica de Litoral (ESPOL) también formo parte de la recopilación de información para este proyecto.

El cantón de Guano tiene un realce significativo en cuanto a la visita de extranjeros siendo esta una fuerza impulsadora para el desarrollo turístico de este sector, es conveniente aprovechar la demanda turística que posee el cantón. Por lo cual la ejecución de este proyecto es necesaria para la conservación y promoción constante del cantón de Guano.

1.01 Contexto

En relación al tema de investigación, existen diversos proyectos que buscan promover la situación de turismo en el cantón Guano, entre los cuales se puede mencionar los siguientes:

Andrea Toapanta (2012), plantea la posibilidad de identificar nuevas tendencias de turismo de aventura en el cantón Guano, en este sentido la principal conclusión de la investigación, acota “que el cantón Guano posee las condiciones climáticas, geográficas y escenarios para la implementación de la Ruta de Turismo de Aventura, con el fin de implementar nuevas actividades en deportes de aventura

complementándose con la parte cultural, gastronómica y artesanal del cantón” (pág. 106).

Fabián Ordoñez (2010), establece diseñar un producto turístico en el cantón Guano, los resultados mencionan que, “el municipio del cantón Guano coordine de mejor forma el desarrollo de la actividad turística entre los sectores público, privado y comunitario” (pág. 177)

Villacrés & Paredes (2014), buscan desarrollar una campaña comunicativa para fomentar el turismo en el cantón Guano, ante lo cual concluyen que “los principales atractivos son de tipo artesanal y cultural; los pobladores y autoridades del cantón están conscientes de que carecen de herramientas de promoción turística” (pág. 126).

1.01.01 Generalidades

El sector del turismo, en los últimos años, ha tenido un importante dinamismo y ha significado una fuente importante de divisas para la economía nacional. A criterio de las autoridades del Ministerio de Turismo, “el turismo en el Ecuador se ha convertido en el cuarto rubro de aporte a la economía del país, debido al incremento de turistas del exterior y al incremento en el nivel de gastos del turismo interno.” (Agencia Pública de Noticias del Ecuador, 2013)

El principal indicador macroeconómico que tamaño de un sector de la economía es el Producto Interno Bruto (PIB), en el caso del turismo, la contribución directa al PIB nacional, se ha mantenido en el 2%, desde el año 2003; teniendo un comportamiento estable que garantiza un ingreso constante de divisas. (Ver Anexo Figura 1)

En el siguiente gráfico se muestra la evolución del sector del turismo en su aporte al PIB, en el año 2003 su aporte al PIB fue de USD 923 millones de dólares y en el año 2014 su aporte creció hasta ubicarse en USD 1.663 millones de dólares. En todos los años se puede apreciar un crecimiento constante, con excepción del año 2005 y 2006. En promedio entre el año 2003 y 2014, existe una tasa de crecimiento de 6% anual. (Ver Anexo Figura 2)

En el caso del gasto promedio de los turistas y la el tipo de turistas que llegan al país, según la publicación de Vergara (2014) “el gasto promedio por turista que llega al Ecuador es \$ 800 dólares y mantenido un crecimiento promedio anual de 4% desde el año 2007; por motivo de visita de ocio llegan al país 66% de los turistas y 34% por motivo de negocios. En el caso del turismo interno aporta con el 64% de los ingresos y 36% el turismo extranjero” (p. 4)

Llegada de turistas al Ecuador

En base a la información presentada en la tabla expuesta a continuación, el mayor porcentaje de procedencia de turistas que visitan al Ecuador, provienen de los países cercanos, específicamente de Colombia y Perú; seguido de los mercados provenientes de Norteamérica y Europa. Analizando las tasas de crecimiento en base al cuadro anterior, el flujo de turistas totales entre el año 2007 y 2014 se ha incrementado en 59%; siendo los turistas provenientes de Europa los que han tenido la mayor tasa de crecimiento con 161%, Alemania y España son los países con mayores aportes de crecimiento con 205% y 181% respectivamente.

La llegada de turistas de los países de Mercosur se ubica en segundo lugar con una tasa de crecimiento porcentual de 137%, siendo los turistas de Brasil los que presentan el mayor porcentaje de crecimiento. Los países con el mayor número de turistas que llegan al país, como el caso de los países vecinos y Norteamérica, tienen un porcentaje de crecimiento de alrededor del 47%, lo que indica que el flujo de turistas se ha mantenido con un flujo estable de visitantes. (Ver Anexo Tabla 1)

Tasa de crecimiento llegada de turistas al Ecuador

Política pública de fomento al turismo

La política turística del Ecuador, está “orientada a convertir al turismo en la primera fuente de ingresos al país, fomentando el turismo sostenible, respetuoso y consciente del medio ambiente como el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector” (Ministerio de Turismo, MINTUR, 2007)

Los objetivos de la política turística ecuatoriana son los siguientes:

- Fomentar la competitividad del sector turístico
- Promover una oferta de calidad
- Revalorización de recursos naturales, culturales y patrimoniales
- Articulación interinstitucional
- Fomento y promoción del turismo interno
- Promoción en mercados externos
- Contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)
- Mejorar la calidad de vida de la población receptora en los destinos turísticos

- Proteger a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.

Los instrumentos de política turística empleados en el Ecuador son los siguientes:

- ✓ Instrumentos Organizativos
- ✓ Plan General
- ✓ Programas
- ✓ Instrumentos Normativos
- ✓ Instrumentos Financieros
- ✓ Acciones de Comunicación

1.02 Justificación

El presente trabajo de investigación es un aporte para el desarrollo del turismo de la comunidad específica, en este caso el Cantón Guano, provincia de Chimborazo. Los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera se plasman en este documento, el mismo que será una guía para que las autoridades y entidades relacionadas con el área turística del Cantón tomen decisiones sobre el aprovechamiento de los atractivos turísticos del sector. Al elaborar el plan estratégico de marketing, se contará con una importante herramienta para mejorar el turismo en el cantón Guano identificando las áreas que se deben perfeccionar en la promoción del producto y beneficiar a la comunidad, al potencializar sus servicios e infraestructura turística, colaborando de esta manera al desarrollo económico de la localidad y a su vez la satisfacción personal y profesional de la comunidad que se verá reflejada en el mejoramiento continuo de la calidad de vida de la misma.

En los últimos años el turismo se ha constituido en una de las bases más importantes dentro de la economía nacional, según la OMT (Organización Mundial del Turismo) representa más del 10% de todo el empleo y el 11% del producto Interno Bruto Mundial. La localidad cuenta con un gran potencial turístico, sin embargo la escasa promoción de la oferta turística hacia el cantón Guano ha ocasionado que las bellezas turísticas que tiene su entorno no sean tan conocidas como otras. Dando así prioridad a que visiten lugares aledaños al sector. Con el objetivo de impulsar el turismo en este cantón se resalta el siguiente proyecto que es la elaboración de un plan de marketing del Cantón Guano, que provoque un beneficio equitativo generando fuentes de trabajo, esto se lo cumplirá planteando estrategias y tácticas como es la publicidad mediante afiches las cuales permitirá fortalecer la atracción del turismo interno en las rutas turísticas que hay en el Cantón y teniendo así beneficios internos como son: mejores ingresos económicos, evitando así la emigración a diferentes lugares de la capital ni del país, dándoles un mejor nivel de vida a los habitantes que están asentadas en el sector y principalmente sería preparar a Guano para que sea uno de los lugares más visitados del país. Con la ayuda del municipio de este sector se ofrecerá información fiable y actualizada sobre la ubicación, la historia, descripción de los diferentes atractivos turísticos, artesanías, entre otros. Con la asistencia tanto del municipio autónomo de Guano y con la colaboración de la población se podrá cumplir esta propuesta y a su vez ayudar a la gente residente del sector. Demostrando que el Ecuador tiene muchos lugares de atracción turística que no han sido aprovechados en el turismo e indicando que nuestro país es pluricultural y lleno de muchas riquezas en todo su entorno.

1.03 Definición del Problema central (Matriz T).

Análisis: La matriz T es una tabla que contiene el resumen del proyecto en donde se detalla cómo situación actual el limitado desarrollo de la actividad turística del Cantón Guano Provincia de Chimborazo, esta situación identifica cómo situación empeorada impedir el progreso turístico del cantón Guano y como situación mejorada contribuir al progreso de la actividad turística del cantón Guano Provincia de Chimborazo.

A través de la situación empeorada se plantea fuerzas impulsadas las cuales permiten que está situación se cumpla, de la misma manera la situación mejorada plantea fuerzas bloqueadoras las que impide cumplir dicho objetivo.

Tanto las fuerzas impulsadas como las bloqueadoras mantienen la siguiente ponderación: siendo 1 = bajo, 2 = medio baja, 3 = medio, 4 = medio alto y 5 = alto. A continuación se detalla cada uno de los objetivos que se plantean cumplir en el presente proyecto.

Conforme a lo detallado en la matriz T, se considera como fuerza impulsada mantener una charla con las autoridades del Cantón Guano para analizar la situación turística del sector la cual tiene una calificación de 2 en intensidad y 4 en potencial de cambio y como fuerza bloqueadora la inasistencia por parte de las autoridades del Cantón Guano teniendo una calificación de 4 en intensidad y 2 en potencial de cambio.

Otra de las fuerzas impulsadas que se plantea en el presente proyecto es recopilar información de los atractivos turísticos del Cantón Guano para conocer la situación

actual del turismo dando una calificación de 3 en Intensidad y 4 en Potencial de cambio.

La fuerza bloqueada es la carencia de información sobre los atractivos turísticos del cantón Guano tiene una calificación de 4 en intensidad y 2 en potencial de cambio.

También se establece como fuerza impulsada analizar la oferta de los atractivos turísticos del cantón Guano la cual tiene una calificación de 2 en intensidad y 3 en potencial de cambio teniendo fuerza bloqueadora de desconocer el mercado objetivo al que se dirige al que se le dio una calificación de 4 en intensidad y 2 en potencial de cambio.

Otra de las fuerzas impulsadas es analizar los canales de distribución que se utiliza para promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano, con una calificación de 3 en Intensidad y 4 en Potencial de cambio y a su vez una fuerza bloqueadora la cual es el escaso canales de distribución para promocionar los atractivos turísticos tiene una calificación de 3 en intensidad y de 1 en Potencial de cambio.

Y como última fuerza impulsada es proponer material POP como: camisetas, tazas, gorras y trípticos para promocionar los atractivos turísticos del cantón la que tiene como calificación de 3 en Intensidad y 5 en potencial de cambio y como fuerza bloqueadora es la limitación de recursos económicos para la realización del material tiene una calificación de 4 en intensidad y de 2 en Potencial de cambio.

Tabla No. 1
Matriz T

SITUACION EMPEORADA	SITUACION ACTUAL				SITUACION MEJORADA
Impedir el progreso turístico del Cantón Guano Provincia de Chimborazo	Limitado desarrollo de la actividad turística del Cantón Guano Provincia de Chimborazo				Apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano en la Provincia de Chimborazo
Fuerzas Impulsadas	I	P.C.	I	P.C.	Fuerzas bloqueadoras
Mantener una charla con las autoridades del Cantón Guano para analizar la situación turística del sector	2	4	4	1	Inasistencia por parte de las autoridades del Cantón Guano.
Recopilar información de los atractivos turísticos del Cantón Guano para conocer la situación actual del turismo.	3	4	4	2	Carencia de información sobre los atractivos turísticos del cantón Guano.
Analizar la oferta de los atractivos turísticos del cantón Guano.	2	3	4	2	Desconocer el mercado objetivo al que se dirige.
Analizar los canales de distribución que se utiliza para promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano.	3	4	3	1	Escaso canales de distribución para promocionar los atractivos turísticos.
Proponer material POP como: camisetas, tazas, gorras, volantes y trípticos para promocionar los atractivos turísticos del cantón	3	5	4	2	Limitación de recursos económicos para la realización del material

Elaborada por: Karen Solano

CAPÍTULO II

2.0 Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrados

Análisis: La siguiente figura identifica el problema central que tiene el cantón Guano en el cual nos basamos para plantear dos actores los cuales son involucrados indirectos e indirectos:

Siendo los actores directos los siguientes:

- GAD Municipal del cantón Guano
- Ministerio de Turismo

Como actores indirectos los siguientes:

- Comunidad
- Prestadores de servicio turísticos
- Turistas

Y como actores tanto directos como indirectos están:

- Senecyt
- Itsco
- Carrera de Administración turística y hotelera
- Investigador

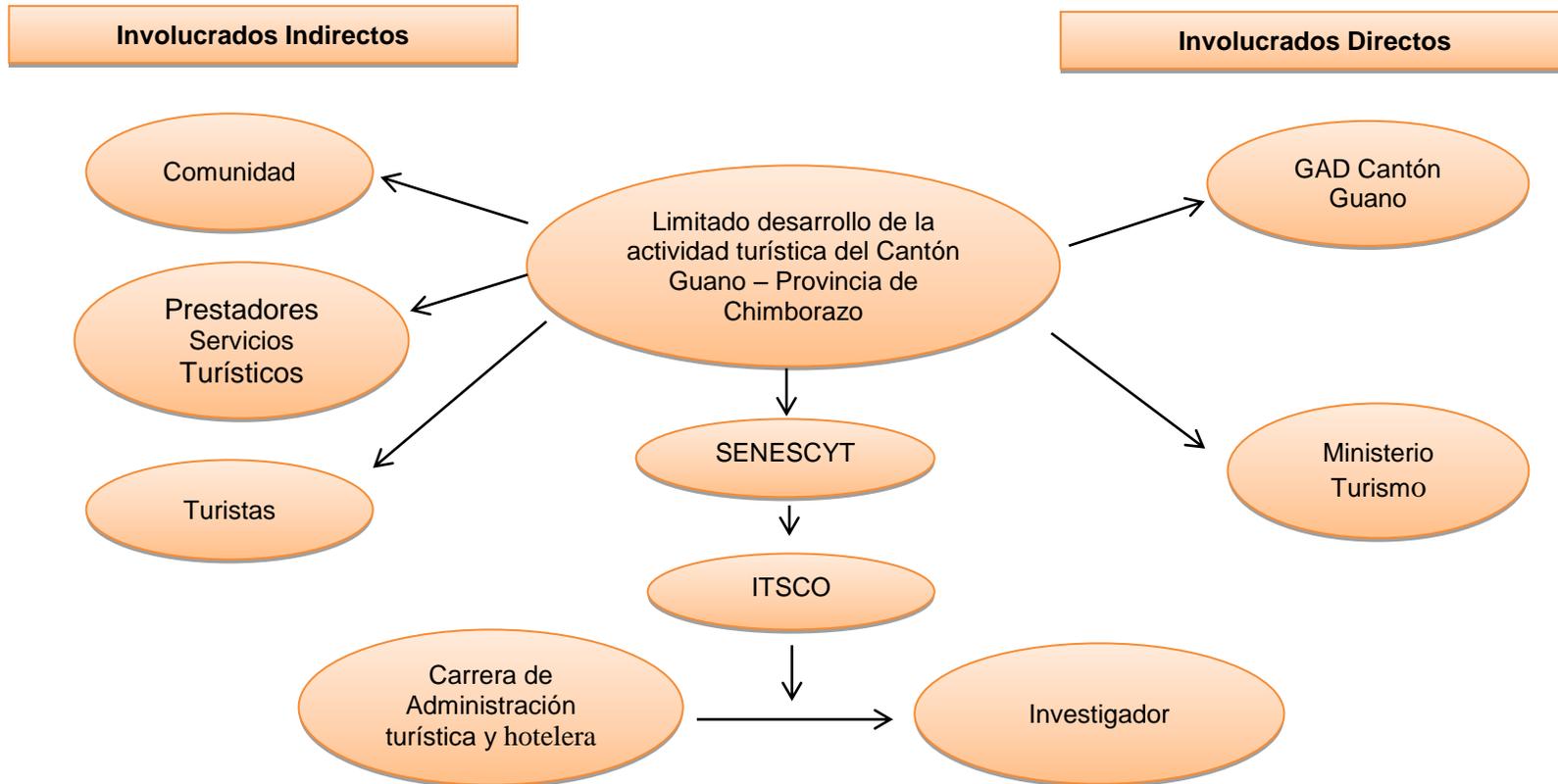


Figura No. 1
Mapeo de involucrados
Elaborada por: Karen Solano

2.02 Matriz de análisis de involucrados

Análisis: La matriz de análisis de los involucrados se establece su participación en el problema central en función de sus intereses, problemas percibidos, recursos y conflictos potenciales.

De esta manera se obtiene la siguiente información:

Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Guano.- es el encargado de planificar las actividades en el cantón Guano con el fin de mejorar la calidad de vida de su comunidad, en ese sentido, la actividad turística es un sector que puede generar ingresos y empleos directos e indirectos. Por lo que, la autoridad municipal debe estar comprometida con este tipo de actividades.

Ministerio de Turismo.- institución pública a nivel nacional que tiene un rol de regir las actividades turísticas, entre sus funciones se establece promover el turismo en el país, para lo cual debe prestar el apoyo a organizaciones públicas y privadas.

Prestadores servicios turísticos.- organizaciones privadas o comunales que participan en el sector turístico en el cantón Guano, con el fin de proveer servicios de calidad y poder aprovechar del flujo de turistas en el centro del país.

Turistas.- visitantes nacionales e internacionales que fomenta el turismo tanto interno como externo buscando disfrutar de los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Guano, obteniendo también una atención adecuada y de calidad por parte de la comunidad en general.

Comunidad.- Se considera a la población del cantón Guano la cual busca que su situación social y económica se desarrolle con la participación de actividades en el

sector turístico permitiendo una mejor condición a través de los ingresos generados por los turistas.

SENESCYT.- organismo del gobierno central que regula las actividades de las instituciones de educación superior con el fin de que aporten y generen proyectos de desarrollo para el país.

ITSCO.- institución de educación superior que presta sus servicios de educación a los estudiantes que buscan recibir el conocimiento y aprendizaje formal para aplicarlo en sus actividades productivas.

Investigador.- busca terminar sus estudios superiores con la generación de un proyecto de desarrollo para el beneficio del país.

Tabla No. 2
Matriz de involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS, MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERESES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Guano	Aumentar la visita de turistas en el cantón Guano	Limitada gestión publicitaria y promocional por parte del GAD Cantón Guano	Recursos humanos materiales y financieros. Mandato de la Ley de Turismo Art. 4	Turistas accedan a información acerca de los atractivos turísticos del cantón Guano	Insuficientes recursos asignados al área turística del cantón Guano
Ministerio de Turismo	Fomentar el turismo interno y externo del Cantón Guano.	Que los recursos turísticos del cantón Guano no son de mayor interés turístico.	Mandato de la Ley de Turismo Art. 13. Plan Nacional Buen Vivir Objetivo N° 10, Política 3, literal g.	Que exista una mejor promoción turística del Cantón Guano	Limitada cooperación por parte de las autoridades del Cantón Guano con el Ministerio de Turismo
Prestadores Servicios Turísticos del Cantón Guano	Aportar al desarrollo turístico mejorando los servicios que ofertan.	Despreocupación por capacitar a los empleados que brindan servicio turístico.	Recurso materiales, financieros y humanos Capacidades: Recibir pago por el servicio que prestan	Colaborar al desarrollo de proyectos turísticos para el Cantón Guano.	Desorganización de los empresarios turísticos

Turistas	Visitar los atractivos turísticos del Cantón Guano	Insatisfacción de servicios por parte	Recursos financieros: Dinero disponible para pagar por el servicio turístico que reciben	Conocer los atractivos turísticos del cantón Guano	Preferencia de turistas a otros lugares del país
Comunidad	Mejorar el estilo de vida de la población	Limitada oferta de empleo en el cantón Guano en el sector turístico	Recursos humanos	Incremento de la oferta laboral en el cantón Guano	Migración por ausencia de empleo en el cantón Guano
Senescyt	Estudiantes de Institutos Tecnológicos aporten al sector turístico	Estudiantes de Institutos Tecnológicos no aportan al desarrollo nacional	Capacidades: estudiantes ejecutan planes que apoyen al desarrollo del país	Ejecución de planes de investigación planteados por estudiantes	Proyectos generados por los estudiantes no tengan el resultado esperado
Itsco	Estudiantes de la carrera de Administración turística y hotelera generen proyectos que incentiven el turismo	Estudiantes de la carrera de Administración turística y hotelera generan insuficientes proyectos que incentiven el turismo	Recursos humanos	Permitir a los estudiantes que realicen proyectos de investigación con temas de la realidad social	Estudiantes no cumplan los requisitos de graduación
Investigador	Conocer la realidad turística de una región del país y plantear una solución práctica	Desconocimiento de la realidad turística y plantear limitadas soluciones prácticas	Recursos materiales, humanos y financieros	Desarrollar proyecto de investigación para obtener título tecnológico	No acceder al título tecnológico

Elaborada por: Karen Solano

Análisis: La matriz de análisis se lo elabora para identificar los involucrados directos e indirectos que tiene el cantón Guano dándoles los cuales se detallan a continuación. Se considera involucrados directos al Gobierno autónomo descentralizado con un 15%, al Ministerio de turismo un 10% y Al Senescyt un 5%.

Entre los involucrados indirectos tenemos los prestadores de servicios turísticos del cantón Guano con un 10%, a los turistas se les da un 10% y a la comunidad un 20%.

Y por último denominando como involucrado directo e indirectos a la carrera de administración turística y hotelera con un 5%, el Itsco con un 4% y el investigador dándole un 10%.

Tabla No. 3
Matriz de análisis

Beneficiario	Directo	Indirecto	%
Gobierno autónomo Descentralizado del cantón Guano	✓		16%
Ministerio de Turismo	✓		10%
Prestadores de servicios turísticos del cantón Guano		✓	10%
Turistas		✓	10%
Comunidad		✓	20%
Senescyt	✓		5%
Carrera de Administración turística y hotelera	✓	✓	5%
Itsco	✓	✓	4%
Investigador	✓	✓	10%
Total			100%

Elaborada por: Karen Solano

CAPÍTULO III

3.0 Problemas y objetivos

3.01 Árbol del problema.

Análisis.- El problema central se constituye el limitado desarrollo de la actividad turística del Cantón Guano de la Provincia de Chimborazo, esta situación genera poco desarrollo económico y turístico, esto acontece ya que las personas que no encuentran empleo buscan mejorar su situación económica.

Las causas del problema central se concentran en la insuficiente promoción turística de los atractivos del cantón Guano, ante esta debilidad de las autoridades locales, el sector privado se encuentra desmotivado para gestionar e invertir en la actividad turística, esto provoca una limitada alianza entre los actores del turismo del cantón Guano.

Otra causa del problema central es el descuido por mejorar los productos y servicios turísticos del cantón, ante este hecho, el efecto principal desemboca en la insatisfacción de los turistas que arriban al cantón en busca de esparcimiento y de deleitar su cultura.

Ante las circunstancias descritas existe un poco desarrollo económico y turístico en el cantón guano.

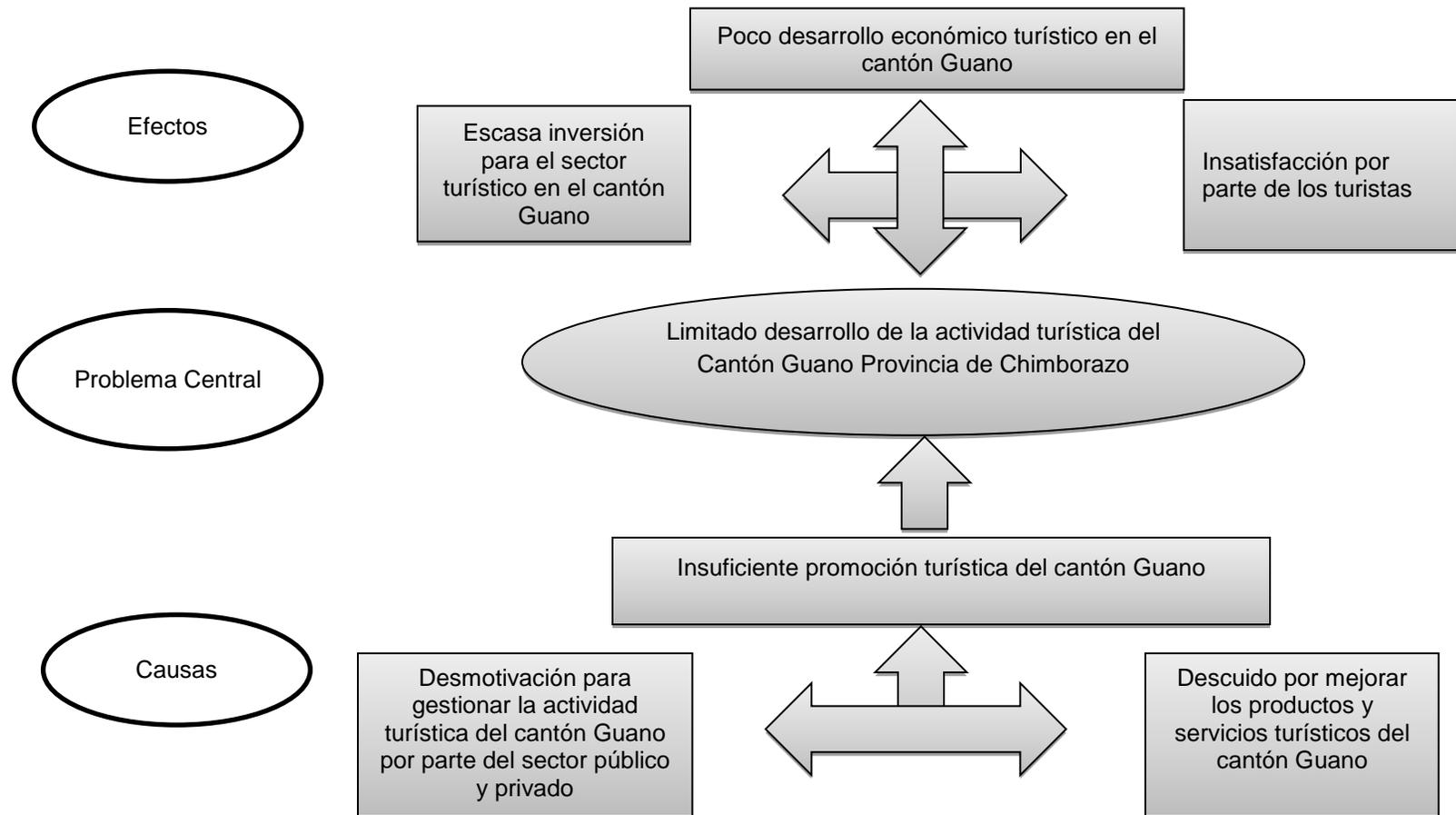


Figura No. 2
Árbol del Problema
Elaborada por: Karen Solano

3.02 Árbol de objetivos

Análisis.- El árbol de objetivos se basa al objetivo central el cual es apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano, mediante este se busca desarrollar la actividad turística como una herramienta para mejorar el desarrollo económico y social en el mencionado cantón. Entre los aspectos que busca cambiar con el desarrollo del turismo es la calidad de vida de sus habitantes a través de la generación de empleo.

Para obtener este resultado es primordial que se ejecuten los objetivos relacionados con la promoción adecuada de los atractivos turísticos con la participación del sector privado y público para que exista una motivación para gestionar la actividad turística en base a criterios de promoción para incrementar el interés por mejorar los productos y servicios turísticos del cantón Guano.

Cumpliendo con la gestión adecuada en los servicios turísticos en el cantón existe una relación directa con el incremento de la inversión y por ende con la satisfacción por parte de los turistas cuando visitan los atractivos gastronómicos, culturales y naturales de Guano. Con la coordinación de las actividades entre el sector público y privado en el cantón se puede diseñar planes de capacitación y estrategias de información para que el turista conozca los atractivos naturales para captar mayor cantidad de visitantes nacionales y extranjeros, que buscan salir de su rutina y obtener una experiencia diferente.

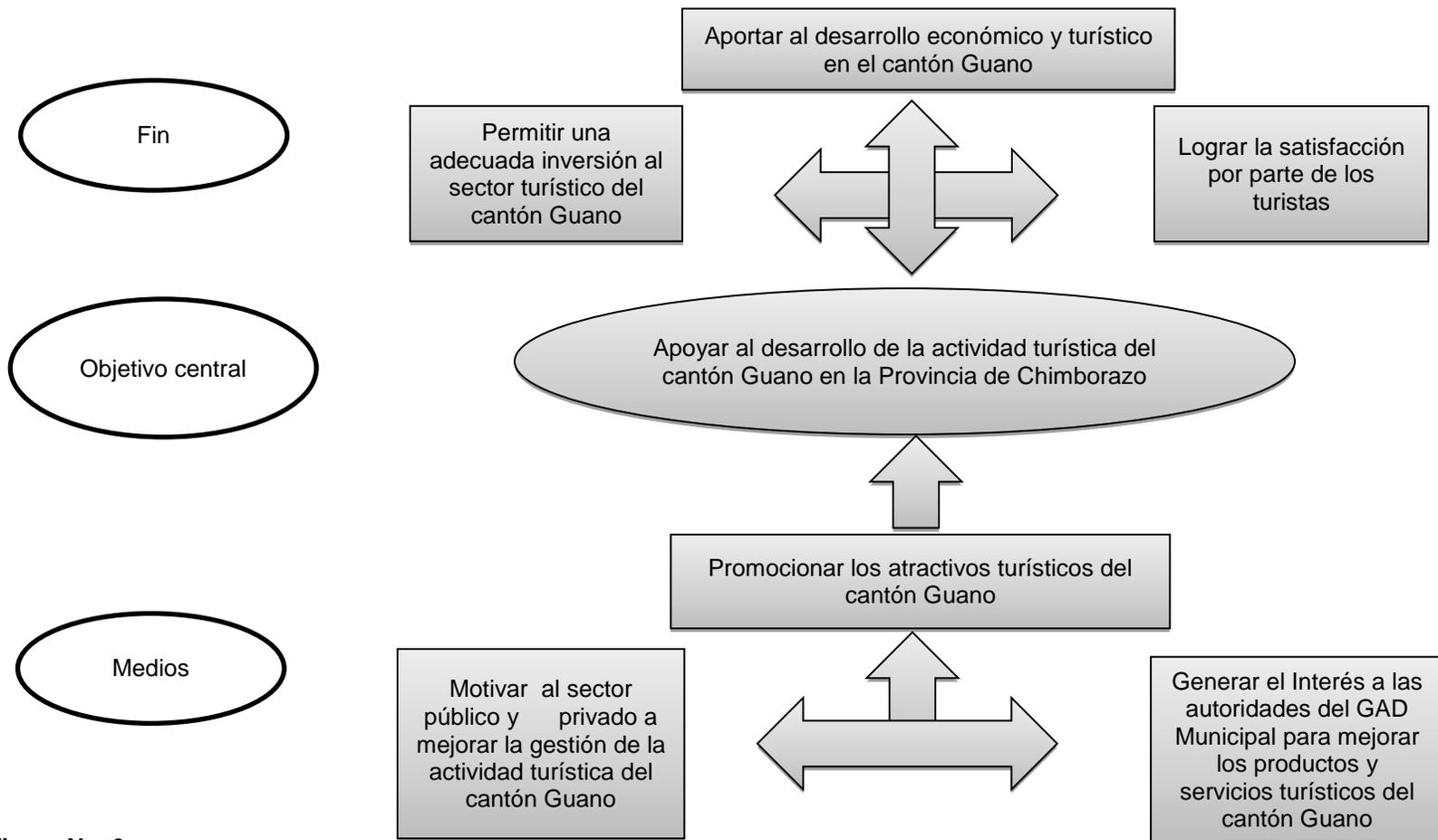


Figura No. 3
Árbol de objetivos
Elaborada por: Karen Solano

CAPÍTULO IV

4.0 Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas

Análisis.- La matriz de alternativas tiene una escala de ponderaciones en donde el rango de 1 a 5 es baja; de 6 a 12 es media bajo; de 13 a 18 es media alta y de 19 a 25 alta los cuales se fundamentan en los siguientes objetivos:

- Motivar la gestión de la actividad turística del cantón Guano por parte del sector público y privado el cual tiene una ponderación total de 21 dándole una categoría alta.
- Promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano al cual se le da una ponderación de 22 que representa a la categoría alta.
- Generar el Interés a las autoridades del GAD Municipal para mejorar los productos y servicios turísticos del cantón Guano se le asigna una calificación de 23 obteniendo una categoría alta.
- Apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano en la provincia de Chimborazo se le da una ponderación de 22 la cual representa a la categoría alta.

Tabla No. 4
Matriz de análisis de alternativas

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLITICA	TOTAL	CATEGORÍA
Motivar la gestión de la actividad turística del cantón Guano por parte del sector público y privado	4	4	5	4	4	21	Alta
Promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano	4	4	5	5	4	22	Alta
Generar el Interés a las autoridades del GAD Municipal para mejorar los productos y servicios turísticos del cantón Guano	5	4	4	5	5	23	Alta
Apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano en la Provincia de Chimborazo	4	4	4	5	5	22	Alta

Elaborado por: Solano Karen

4.02 Análisis de impactos de los objetivos

Análisis: Esta tabla sirve para la corroboración de la factibilidad a lograrse del presente proyecto la cual se detalla a continuación:

- Al motivar la gestión de la actividad turística del cantón Guano por parte del sector público y privado.- Este objetivo se centra en corregir la falta de planificación entre los involucrados en el problema central.
- Promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano.- La promoción es un eje central para el desarrollo de cualquier actividad turística, con lo que se busca que las personas que visitan el cantón tengan la información suficiente para que puedan disfrutar al máximo de su experiencia.
- Generar el Interés a las autoridades del GAD Municipal para mejorar los productos y servicios turísticos del cantón Guano.- Mediante este objetivo las autoridades del cantón se interesarán más a fondo a solucionar cada uno de los problemas que existen en el mismo los cuales están impidiendo que la actividad turística se mejore.
- Apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano en la provincia de Chimborazo.- Por medio de este objetivo se obtendrá una mejora turística, social y económica del cantón lo cual permitirá un mejor estilo de vida para la población.

Tabla No. 5
Análisis de impactos de objetivos

OBJETIVOS	Factibilidad de lograrse	Impacto en el género	Impacto Ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categoría
Motivar al sector público y privado a mejorar la gestión de la actividad turística del cantón Guano	Incrementar la oferta turística por medio de una adecuada gestión. (4)	Mayor participación de la comunidad en el sector turístico (4)	Considerar las medidas de protección al medio ambiente y el entorno urbano (5)	Pobladores del cantón Guano con mayor conocimiento del tema turístico (4)	Mejorar las condiciones sociales y económicas del cantón Guano mediante la adecuada inversión por parte del GAD municipal. (4)	21	Alta
Generar el Interés a las autoridades del GAD Municipal para mejorar los productos y servicios turísticos del cantón Guano	Optimización en el uso de los recursos del sector público y privado para incentivar el turismo en el cantón Guano (4)	Incrementar desarrollo social y económico del cantón Guano (4)	Actividades turísticas con mínimo impacto ambiental (5)	Cumplimiento de lo dispuesto en el Plan Nacional del Buen Vivir en relación al fomento del turismo (5)	Colaboración entre el sector público y privado (4)	22	Alta
Promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano	Permitir el reconocimiento de los atractivos turísticos del cantón Guano (5)	Participación de la población en la actividad turística en el cantón Guano (4)	Mejorar la calidad de vida y el ornato del cantón Guano con el fomento del turismo (4)	Realizar actividades en base a estrategias de promoción y publicidad (5)	Apoyo del Ministerio de Turismo con una estrategia de comunicación en el ámbito turístico (5)	23	Alta
Apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano en la Provincia de Chimborazo	Desarrollar proyectos turísticos que fortalezcan la dinamización del sector. (4)	Involucramiento de profesionales del área de turismo (4)	Establecer y ejecutar políticas de conservación del entorno ambiental y cultural. (4)	Generar fuentes de empleo a la población (5)	Colaboración del sector público y privado para aprovechar turísticamente los recursos que posee el cantón (5)	22	

Elaborado por: Solano Karen

4.03 Diagrama de estrategias

Análisis: Con el diagrama de estrategias se busca clarificar las actividades que se deben emprender en el cantón Guano para impulsar el turismo; con este fin, se establece el propósito central que corresponde al objetivo general, esto es, apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano en la provincia de Chimborazo, con la finalidad de generar empleo en el mencionado cantón. Para lo cual se establecen los siguientes componentes que son a la vez los objetivos estratégicos de la propuesta de la investigación, estas son:

- Motivar al sector público y privado a mejorar la gestión de la actividad turística del cantón Guano.- Es importante que la inversión de recursos por posicionar al cantón Guano en el turismo de la serranía central sea coordinado entre las actividades locales y el sector privado, se puede contar con la participación de instituciones del gobierno central, como el Ministerio de Turismo.
- Promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano.- con esta estrategia se establece una directriz en la promoción del cantón, en base a la investigación del mercado objetivo, de esta manera se concentran las actividades de promoción en satisfacer las necesidades de los potenciales clientes.
- Generar el Interés a las autoridades del GAD Municipal para mejorar los productos y servicios turísticos del cantón Guano.- la inversión privada es un eje estratégico en la prestación de servicios turísticos, con esto se busca que la comunidad sea el principal generador de desarrollo social y económico en el cantón.

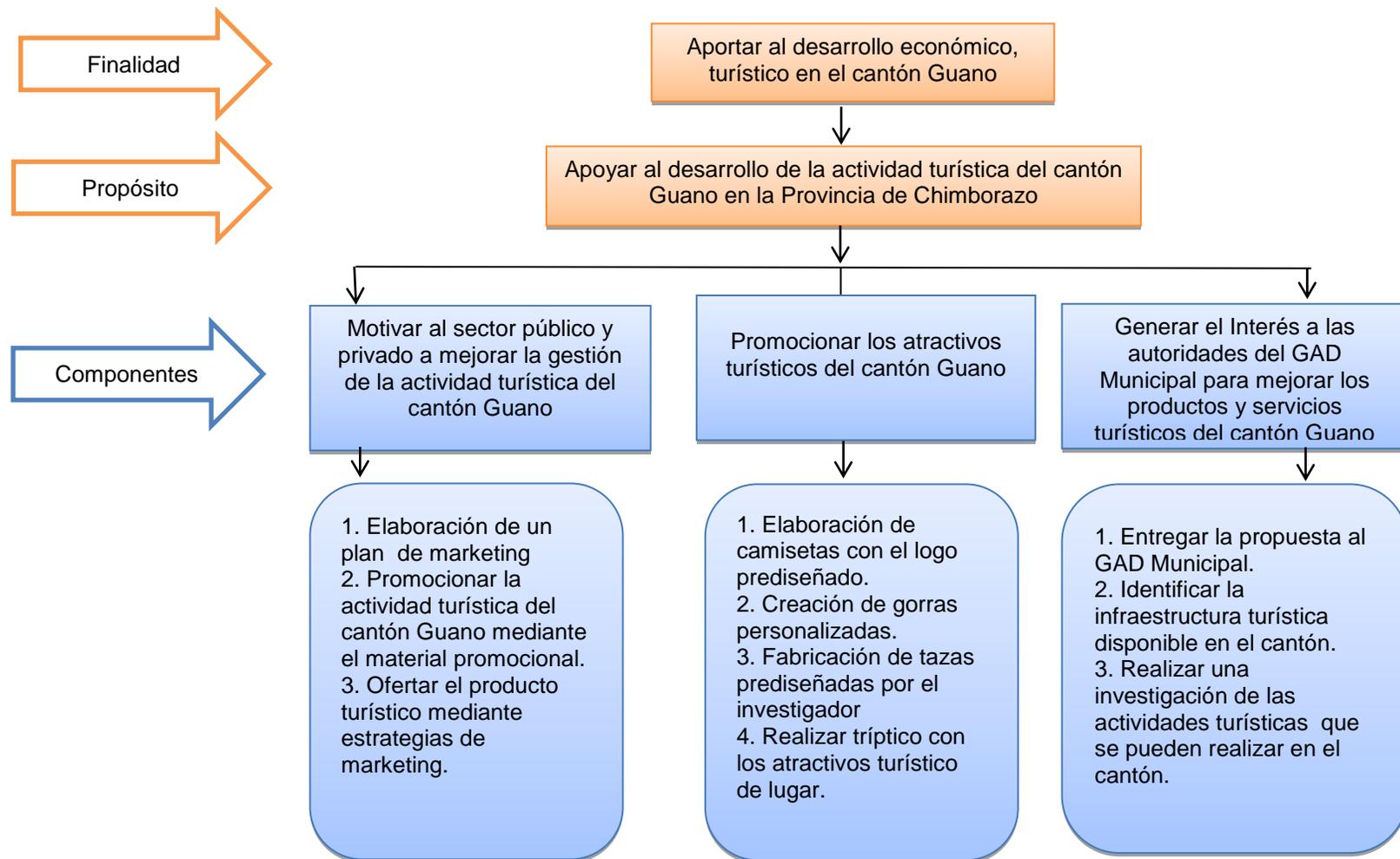


Figura No. 4
Diagrama de estrategias
Elaborado por: Solano Karen

4.04 Matriz de Marco Lógico

Tabla No. 6
Matriz de marco lógico

Finalidad	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Aportar al desarrollo económico y turístico del cantón Guano	<p>Se cree conveniente la realización de un proyecto que aporte al desarrollo económico y turístico del sector.</p> <p>De acuerdo a las encuestas realizadas el 3 de agosto del 2015 se constató que el 59% de los turistas encuestados creían conveniente que se aporte al desarrollo de la actividad turística del sector.</p> <p>Pero en la corroboración de la información que se realizó el día 5 de Septiembre del 2015 se detectó un aumento del 16% de las personas encuestadas, las cuales creen conveniente que se aporte al desarrollo de la actividad turística en el cantón Guano.</p> <p>Obteniendo un resultado del 75% de aceptación al aporte del desarrollo económico y turístico del cantón.</p>	Registros estadísticos basados en las encuestas realizadas	Incrementar la afluencia de turistas en el cantón Guano
	<p>Se considera necesario realizar una promoción turística del cantón Guano.</p> <p>Según las encuestas realizadas el 3 de agosto del 2015, del 100% solo el 10% de los turistas encuestados no conocen promoción turística en el sector.</p> <p>Pero en la verificación de las encuestas realizadas el 5 de septiembre 2015 se comprobó que el índice subió en un 5% obteniendo así un 15% de</p>	Registros estadísticos basados en las encuestas realizadas	Afectar al medio ambiente

	personas que no conocen promoción turística en el sector.		
Propósito	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Apoyar al desarrollo de la actividad turística del cantón Guano en la provincia de Chimborazo	Mejorar el desarrollo de la actividad turística del cantón. De acuerdo a las encuestas realizadas el 3 de agosto del 2015 del 100% de los turistas encuestados el 75% afirman a que se deba mejorar el desarrollo de la actividad turística del cantón. Al verificar las encuestas realizadas el 5 de septiembre del 2015 se identificó un aumento del 6% de turistas que afirman a mejorar el desarrollo de la actividad turística del cantón. Dando un total del 81% de los turistas encuestados que solicitan una mejora al desarrollo de la actividad turística y hotelera.	Registros estadísticos basados en las encuestas realizadas	Desarrollar promoción de las actividades turísticas del cantón Guano
Componentes	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Motivar al sector público y privado a mejorar la gestión de la actividad turística del cantón Guano	Presentar material promocional para mejorar la actividad turística del cantón Guano. De las encuestas realizadas por los turistas el 3 de agosto del 2015, del 100% de los encuestados el 63% considera que se debe presentar material promocional para mejorar la actividad turística del cantón Guano. Al analizar las encuestas se obtuvo un aumento del 8% de turistas que estiman presentar material promocional para mejorar la actividad turística del cantón Guano.	Registros estadísticos basados en las encuestas realizadas	Incrementar el desarrollo de la actividad turística

**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

	<p>Obteniendo como resultado total un 71% de encuestados que consideran que se debe presentar material promocional para mejorar la actividad turística del cantón Guano.</p>		
<p>Promocionar los atractivos turísticos del cantón Guano</p>	<p>Elaborar material promocional con información de los atractivos turísticos del cantón. Según datos obtenidos por las encuestas realizadas el 3 de agosto del 2015, el 63% de los encuestados identificaron que es conveniente elaborar material promocional con información de los atractivos turísticos del cantón. Al corroborar con las encuestas realizadas a los turistas el 5 de septiembre del 2015 se identificó un incremento del 8% de encuestas que afirman la elaboración de material promocional con información de los atractivos turísticos del cantón. Dando un total del 71% de apoyo a la promoción.</p>	<p>Registros estadísticos basados en las encuestas realizadas</p>	<p>Mayor oferta laboral para la comunidad</p>
<p>Generar el Interés a las autoridades del GAD Municipal para mejorar los productos y servicios turísticos del cantón Guano</p>	<p>Estimular a las autoridades del GAD Municipal al incremento de la promoción turística del cantón Guano. Mediante encuestas realizadas a los turistas del cantón el día 3 de agosto del 2015, el 10% de los encuestados afirman que el cantón no cuenta con promoción turística del cantón Guano. En el proceso de verificación de las encuestas que se realizaron el 5 de septiembre del 2015 dieron como resultado un</p>	<p>Registros estadísticos basados en las encuestas realizadas</p>	<p>Mejorar el estilo de vida de la población de Guano</p>

	incremento del 5% de turistas que afirman no contar con promoción turística del cantón Guano		
--	--	--	--

Actividad	Resumen del presupuesto	Medios verificables
1. Elaboración de un plan de marketing	Hojas de papel bond Internet Anillado Libros de investigación Computadora	Factura Factura Notas de Venta Factura Factura
2. Promocionar la actividad turística del cantón Guano mediante el material promocional.	Internet Transporte Computadora Camiseta Gorra Taza Tríptico	Factura Ticket de pasaje Factura Factura Factura Factura Factura
3. Ofertar el producto turístico mediante estrategias de marketing.	Transporte Alimentación	Ticket de pasaje Nota de venta
1. Elaboración de camisetas con el logo prediseñado.	Internet Diseñador gráfico Transporte Alimentación Fabricante de ropa	Factura Nota de venta Ticket de pasaje Nota de venta Factura
2. Creación de gorras personalizadas	Internet Diseñador gráfico Transporte Alimentación Fabricante de ropa	Factura Nota de venta Ticket de pasaje Nota de venta Factura
3. Fabricación de tazas prediseñadas por el investigador	Internet Diseñador gráfico	Factura Nota de venta

PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON GUANO - PROVINCIA DE CHIMBORAZO

	Transporte Alimentación Fabricantes de vajilla en porcelana	Ticket de pasaje Nota de venta Factura
4. Realizar tríptico con los atractivos turístico de lugar.	Internet Diseñador gráfico Transporte Alimentación	Factura Nota de venta Ticket de pasaje Nota de venta
1. Entregar la propuesta al GAD Municipal.	Hospedaje Alimentación Transporte	Nota de venta Nota de venta Ticket de pasaje
2. Identificar la infraestructura turística disponible en el cantón.	Transporte Alimentación Hospedaje Cámara	Ticket de pasaje Nota de venta Nota de venta Factura
3. Realizar una investigación de las actividades turísticas.	Transporte Hospedaje Alimentación Copias Internet	Ticket de pasaje Nota de venta Nota de venta Nota de venta Nota de venta

Elaborada por: Karen Solano

CAPÍTULO V

5.0 Propuesta

Plan estratégico de Marketing con la finalidad de dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Guano provincia de Chimborazo.

5.01 Antecedentes

Para la ejecución del presente proyecto se realizó una visita de campo, aplicación de encuestas y reuniones con las autoridades con el objetivo de identificar la situación actual en la que se encuentra el Cantón Guano. Esto permitió detectar como problema el limitado desarrollo de la actividad turística, ocasionado por la desmotivación del sector público y privado por mejorar la gestión de la actividad turística.

Para ello se consideró conveniente realizar un plan estratégico de marketing que permita implementar estrategias en el desarrolló la actividad turística del cantón Guano, motivo por el cual se planteó presentar modelos de material promocional como: camisetas, gorras, tazas y trípticos para captar la atención del turista mediante la promoción de los atractivos y las actividades que pueden desarrollar en este sector.

En relación al tema de investigación, existen diversos proyectos que buscan promover la situación de turismo en el cantón Guano, entre los cuales se puede mencionar los siguientes:

Andrea Toapanta (2012), plantea la posibilidad de identificar nuevas tendencias de turismo de aventura en el cantón Guano, en este sentido la principal conclusión de la investigación, acota "que el cantón Guano posee las condiciones climáticas,

geográficas y escenarios para la implementación de la Ruta de Turismo de Aventura, con el fin de implementar nuevas actividades en deportes de aventura complementándose con la parte cultural, gastronómica y artesanal del cantón” (pág. 106).

Fabián Ordoñez (2010), establece diseñar un producto turístico en el cantón Guano, los resultados mencionan que, “el municipio del cantón Guano coordine de mejor forma el desarrollo de la actividad turística entre los sectores público, privado y comunitario” (pág. 177)

5.01.01 Fundamentación teórica

“La historia de Guano trasciende en el contexto nacional, pues su territorio es guardián de importantes vestigios de culturas milenarias como la Puruhá y Panzaleo que fueron culturas muy avanzadas, con poblaciones bien organizadas.”

“Los pueblos aquí asentados fueron conquistados por los incas y pertenecieron al Tahuantinsuyo.”

“En la Colonia, Guano fue uno de los principales centros de obraje y mortandad aborígenes. Una tradición local expresa que el Obraje del Elen, quienes entraban ya jamás volvía a salir.”

La magia y la mitología forman parte del legado de esta tierra, donde se piensa que alguna vez hubo un gran lago en el que habían grandes peces y que incluso ahí estuvo en “el eden bíblico”. En ese mítico lugar, se presume que solía hacerse el sacrificio de las vírgenes, justo en el Elenpata.

“La geografía es parte de un conjunto de leyendas que datan desde los orígenes mismos de la humanidad.

Guano es el asiento de culturas milenarias, ha sido denominada “Capital Artesanal de Ecuador” quien escucha del cantón Guano, sabe con certeza que sus referentes son el turismo y la artesanía. Su bello paisaje así como la habilidad manufactura le identifican a nivel nacional e internacional.

“Al pie de las faldas de Igualata, ha logrado fama internacionalmente gracias a sus alfombras y entre ecuatorianos es conocido por la laboriosidad de su gente.” (Municipio de Guano, 2014, Pág. 5)

“El Cantón Guano se encuentra ubicado en la Provincia de Chimborazo en la zona Sierra Centro, en las coordenadas S 01° 36`16” , W 078° 33`46” , a una altitud de 2728m.s.n.m.” (La Escuela superior Politécnica de Chimborazo, 2004, Pág. 253)

Su idioma es español y quichua.

Según el censo realizado por el INEC en el 2001 la población cantonal se encontraba distribuida de la siguiente forma:”

Tiene una población total de 42.851 habitantes

Superficie: 473,3 km².

Población Urbana: 6877 habitantes

Población Rural: 31017 habitantes

Hombres: 18011 habitantes.

Mujeres: 19883 habitantes.

Clima

“Es templado y varía ya que va desde altitudes de 2500m.s.n.m hasta los 6310m.s.n.m correspondiente al nevado Chimborazo, la temperatura varía de los 6 a los 18°C, posee una precipitación promedio anual de 31,15mm.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 253)

La Altitud es de 2.280 m.s.n.m. en el valle de Guanando hasta 6.310 m.s.n.m., en el nevado Chimborazo.

La Temperatura: es 16° a 18° C

Moneda: es el Dólar Americano.

Los límites son: Al Norte con La Provincia de Tungurahua, al Sur con el Cantón Riobamba y las quebradas Las Abras, al Este con el Cantón Penipe y Río Chambo y al Oeste con el Cantón Riobamba y provincia de Bolívar.”

El Río Guano recorre el cantón de oeste a este, tiene sus orígenes en las faldas del Chimborazo por los deshielos, es abastecido por vertientes como la de San Pablo y los riachuelos de Asaco, El Ángel, Chocon y Sabañag. Luego de su recorrido, pasa por una parte del cantón Riobamba para finalmente desembocar en el río Chambo. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 253)

El Cantón Guano Políticamente se encuentra conformado por 2 parroquias urbanas y 9 rurales que son: Parroquias Urbanas: La Matriz y El Rosario y Parroquias Rurales: San Andrés, San Isidro de Patulú, Ilapo, San Gerardo de Paquicaguan, Guanando, La Providencia, Santa Fé de Galán, San José de Chazo, Valparaíso. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 254)

Flora

El cantón Guano posee una topografía irregular lo cual produce temperaturas que van desde los 6°C hasta los 18°C. Por esto la vegetación es variada siendo la más representativa: Manzanilla, Menta, Eucalipto, Toronjil, Avenill, Pasto negro, Achicoria de páramo, Achapalla, Freilejón, Paja, Almohadones, Quishuar, Chuquiragua, Sixe, Mortiño, Cola de Caballo, entre otros.

Fauna

“La Fauna representativa del Cantón Guano es la que encontramos en los páramos es así que en especies de aves tenemos:” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 262)

Aves del Cantón

“Cóndor de los Andes, Colibrí estrellita del Chimborazo, Curiquingue, Gaviota andina, Gorrión, Mirlo, Colibrí cola larga, Quilico, y Gli gle.”

Mamíferos del Cantón

“Vicuña, Llama, Alpaca, Lobo de páramo, Venado, Puma, Conejo Silvestre, Ciervo, Zorrillo, Ratón marsupial y Venado Cola Blanca.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 263)

Fiestas

“Sus fiestas de cantonización se celebran el 20 de diciembre de cada año, en donde se realizan diferentes eventos culturales para el deleite de turistas nacionales e internacionales.”

Dentro de las festividades más tradicionales que el cantón celebra tenemos: En Febrero o marzo El carnaval, en marzo o abril semana santa, en mayo fiestas de la

parroquia San Isidro, el 16 de julio festividades en honor a la Virgen del Carmen, en octubre fiestas de san Gerardo, san lucas y el rosario, el 2 y 3 de noviembre finados, el 8 de diciembre festividades en honor a la Virgen Inmaculada y las festividades de fin de Año, entre otras. (Municipio de Guano, 2014, Pág. 5)

Artesanías

La variedad de artículos que elaboran las hábiles manos de los artesanos se complementan con las bondades que brinda la madre naturaleza. Las fibras naturales, lanas y cueros son transformados en finas artesanías como calzado, alfombras, tejidos, chompas y figuras que adornan su hogar, hasta el gusto más exigente se complace con la calidad de los productos.

Alrededor del Parque Central se encuentra la mayoría de los talleres artesanales dedicados a la confección de alfombras y artículos de cuero. Se dice que la destreza de los guaneños para elaborar las alfombras tuvo sus inicios en los tiempos de los obrajes el mismo que ha sido transmitido a través de las generaciones. (Municipio de Guano, 2014, Pág. 6)

Cada casa es un taller, un templo donde lo más representativo que posee prestigio internacional son sus afamadas alfombras tejidas por las ágiles manos de los artesanos y que muchas de ellas se hallan en organismos internacionales como el Vaticano, palacios presidenciales de varios países del mundo.

El trabajo de las alfombras es realizado manualmente hombres y mujeres, quienes siguen un diseño previamente trazado en papel tejen con herramientas rudimentarias sobre urdiembres de algodón y con hilos de lana de diversos colores que son muy

apreciados por clientes nacionales y extranjeros por su calidad y diseño. (Municipio de Guano, 2014, Pág. 7)

“Cuenta la historia que los guaneños aprendieron este arte debido a que los españoles les obligaban a trabajar en sus obrajes, luego ellos enseñaron a sus hijos y así sucesivamente hasta la actualidad.”

“Las alfombras son muy apetecidas por su belleza y habilidad con la que son fabricadas, éstas se encuentran adornando lugares importantes como la casa blanca, el salón de las Naciones Unidas, entre otros.”

“También se trabaja con cuero para la elaboración de zapatos, chompas, cinturones, carteras, adornos, de muy buena calidad y a precios accesibles.”

“Los talleres de dichos artículos en su mayoría se encuentran en la casa de los mismos artesanos, existen pocas fábricas que se dedican a ésta actividad. “

“La fabricación de éste tipo de artesanías es fuente de ingresos de la gran mayoría de familias de la ciudad de Guano.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 280)

“Otra de las ramas de los artesanos guaneños ha dado lustre e identidad al cantón es la zapatería, donde cada maestro impartía su habilidad y destreza en la elaboración manual de calzado.”

De igual manera tiene una gran trascendencia la fabricación de varios accesorios en cuero como chompas, canguros, gorras, sombreros, maletas, carteras, correas, billeteras, monederos y todo lo que concierna a utilización del cuero, todas estas artesanías son realizadas manualmente en esta laboriosa tierra. (Municipio de Guano, 2014, Pág. 8)

“Aquí también contamos con el duro trabajo en picar la piedra que es la forma rudimentaria y domestica con que se ha dado forma artística y que se utiliza para la fabricación de los tallados.” (Municipio de Guano, 2014, Pág. 9)

“Las artesanías en piedra se las realiza en el sector San Pablo de la Parroquia San Andrés recorriendo la carretera panamericana que conduce Riobamba – Ambato.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 286)

“Al recorrer por la carretera Riobamba – Ambato, se pueden observar los talleres en los cuáles hábiles artesanos realizan tallados que van desde pequeñas figuras de animales hasta columnas y piletas.”

“La materia prima para la elaboración de estas artesanías son piedras blancas y negras, traídas del arenal del Chimborazo.”

“Estas figuras en piedra son comercializadas en varias ciudades del país como Ambato, Quito, Riobamba, entre otras.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 287)

Una de las características de la Parroquia San Gerardo es que sus habitantes se dedican a la artesanía de la cabuya que tiene su origen en la cultura Puruhá, durante la colonia se trabajaban sogas, cabrestos, jáquinas, alpargates, cinchas y mantas para el embalaje de diferentes productos que iban generalmente a Panamá. Esta pequeña industria se conservó durante la república y se mantiene hasta hoy. También se registra en los documentos históricos la presencia de otra artesanía propia del lugar, la de las esteras, que se confeccionaban de todo tamaño y calidad y que tenían uso similar a las alfombras en las habitaciones. La materia prima se obtenía del carrizo y de la “totora”. (Municipio de Guano, 2014, Pág. 9)

Atractivos Turísticos

La Reserva de Producción Faunística Chimborazo

“Se encuentra ubicada en las Provincias de Chimborazo, Tungurahua y Bolívar. Ocupa una extensión 58560 hectáreas, fue creada en el año 1987 mediante acuerdo Interministerial No. A- 427.”

Entre sus principales objetivos se encuentran mantener las aptitudes del ecosistema de páramo y su productividad, precautelar y desarrollar a base de los respectivos parámetros ecológicos, el hábitat de los camélidos nativos de los Andes; Vicuña (*Vicugna vicugna*), Llama (*Lama glama*), y Alpaca (*Lama pacos*); para la cría y fomento de éstas especies valiosas, ligadas con nuestra identidad cultural, establecer la infraestructura y servicios necesarios para la investigación del ecosistema del páramo, desarrollar la recreación y el turismo como alternativa de uso apropiado de ésta área y mejorar el nivel de vida del campesino asentado en el área, proporcionándole asistencia para la cría y fomento de los camélidos nativos.

Ésta área está constituida mayormente por las formaciones ecológicas de Páramo herbáceo y Páramo de almohadillas (SIERRA 1999). Es por esto que la flora representativa de la zona es: Chuquiragua (*Chuquiraga jussieui*), Quishuar (*Buddleja incana*), Almohadones (*Azorella cf. Pendunculata*), Pantza o yagual (*Polylepis incana*), Cacho de venado (*Halenia weddeliana*), Paja (*Stipa ichu*), Frailejón (*Espeletia pynophylla*), Pumamaqui (*Orepanax sp.*), Achupalla (*Puya cf. Hamata*), entre otras.

Entre la fauna típica de este lugar tenemos: ciervos (*Odocoileus virginianus*), lobos (*Pseudolopex culpaeus*), conejos (*Sylvilagus brasiliensis*), ratones (*Aepeomys lugens*,

Phyllotis haggardi), llamas silvestres (*Lama glama*), vicuñas (*Vicugna vicugna*), pumas (*Felis concolor*), marsupiales (*Caenolestes fuliginosus* y *Cryptotis equatoris*). También sobresalen el Cóndor de los Andes (*Vultur gryphus*), el curiquingue (*Phalcoboenus carunculatus*) y el colibrí "Estrella Del Chimborazo" (*Oreotrochilus chimborazo*) que son los más representativos de la zona. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 290)

"Dentro de la Reserva Faunística Chimborazo se encuentran varios atractivos turísticos como son:"

Atractivos individuales que lo conforman

El Nevado Chimborazo

El Nevado Chimborazo, es el más alto del Ecuador, orgullo de los Chimboracenses, símbolo de la Provincia, uno de los principales atractivos turísticos. El nombre Chimborazo tienen varios significados: viento helado, asiento o mansión de hielo, dios del viento, entre otros.

Tiene una altitud de 6.310 m.s.n.m, medido desde el centro de la tierra es el más alto del mundo. Su base mide aproximadamente 30 Km². Las cumbres del Chimborazo se denominan: Whimper o Máxima (es la más alta 6.310 metros); la Veintimilla u Oeste con 6.270 metros; la Politécnica o Central 5.820 metros; y, la Oriental también llamada Nicolás Martínez con 5.570 metros. Esta es la más difícil de escalar.

Varios exploradores han ascendido al Chimborazo: Bomplandt y Humbolt; el 23 de Junio de 1.802, hasta la altura de 5.870 metros; Boussingault y el Coronel P. May, hasta 5.800 metros; Whimper, por primera vez en Enero de 1.880, y por segunda ocasión en Julio del mismo año, hasta cerca de coronar la cima del gigante andino; Simón Bolívar,

el 5 de Julio de 1.882, ascendió a una altura desconocida; allí el Libertador mira a las naciones redimidas por el poder de su espada, observa el abismo y la eternidad, se siente arrebatado por su fantasía y escribe: "Mi Delirio sobre el Chimborazo". (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 292).

Volcán Carihuairazo

Se encuentra ubicado junto al nevado Chimborazo, su nombre tiene varios significados: "Varón de Nieve", "Varón nevado" o Viento frío macho. Está formado por cuatro cúspides y es un volcán apagado. Existen leyendas que fue más alto o similar que el Chimborazo pero que en el terremoto de 1.968 se habría hundido.

"Tiene una altitud de 4.900m.s.n.m, una caldera de 2 Kilómetros de diámetro, comparable con la de otros volcanes del Ecuador como el Altar y el Antisana."

En el recorrido para llegar a su cima se encuentra flora y fauna diversa, se puede observar un paisaje de páramo. Las personas deben seguir algunas recomendaciones como: llevar ropa cómoda y abrigada, contratar los servicios de un guía que conozca la zona ya que si baja neblina se podrían confundir y perder el camino. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 292).

Hielero de Chimborazo

Baltasar Ushca, conocido como el último hielero de Chimborazo ya que se conservó la tradición de arrancarle bloques de hielo al nevado y los venden en los diferentes mercados de la ciudad de Riobamba para elaborar los exquisitos jugos denominados rompe nucas. (Municipio de Guano, 2014, Pág. 10)

Templo Machay

Los indígenas de la Provincia de Chimborazo tienen una cosmovisión del mundo, en la cual los ritos de adoración los realizaban en sitios sagrados para ellos, es así que el templo Machay constituye uno de éstos, se lo encuentra en una zona de recuperación de la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo.

Éste templo es considerado el más importante de la Provincia, ya que era un lugar en el que los indígenas entregaban ofrendas a éste gigante de los andes, actualmente la gente de las comunidades aledañas aún dejan cabellos, lana de animales, licor u otras ofrendas con el fin de pedir favores a esta montaña que es considerada como un Dios y que ella por medio de éstos obsequios cumpla sus peticiones.

Cuartel Huayco

Se encuentra ubicado en los límites de la Reserva, se lo conoce también como Cuartel de los Incas. Éste fue un lugar estratégico, ya que aquí se hallaba una fortaleza militar incásica, se encuentra en un lugar protegido por una muralla de piedra, además se observa evidencias de yatas que eran construcciones ancestrales. Además en este lugar brotan vertientes de agua mineral. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 293).

“Éste sitio se lo utiliza para prácticas de tiro de los militares, pero también es un lugar apropiado para acampar y disfrutar del paisaje.”

Glaciar Teodoro Wolf

Se encuentra ubicado en la cara este del nevado Chimborazo, para llegar aquí se puede ir desde la estación de Urbina para luego atravesar la pampa del contadero en

Chuquipogyo, el valle de Rumipamba Grande hasta finalmente llegar al glaciar que se

encuentra a una altitud de 4.800m.s.n.m. Éste recorrido se lo hace en auto 4x4 durante 30 minutos por el carretero, para luego iniciar una caminata de 8 horas, o también se puede llegar en caballos.

El Encañonado de Abraspungo

Se encuentra ubicado entre los glaciares del nevado Chimborazo y Carihuairazo, para llegar se inicia en la estación Urbina, el recorrido se lo hace a caballos, al llegar al cruce del ferrocarril con la carretera se toma un sendero hacia el oeste en un trayecto que dura 5 horas aproximadamente.

El Páramo de Cóndor Samana

El páramo de Cóndor Samana se encuentra ubicado en la parroquia San Andrés, se llega hasta el sector de Urbina, tomando un desvío se llega hasta la posada “El Portal Andino”, desde aquí se realizan caminatas hacia el Chimborazo. El paisaje que se observa es de páramo andino con vegetación de pajonal. Dentro del páramo se puede encontrar la cascada Cóndor Samana, la cual es producto de los deshielos del Chimborazo y da origen al río Mocha. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 295)

Estación Urbina

“La estación Urbina se encuentra ubicada en la Parroquia San Andrés en el sector llamado Chuquipogyo, a 2kilómetros de distancia de la carretera panamericana Riobamba – Ambato y a una distancia de 21kilómetros desde la ciudad de Riobamba.”

La Empresa de Ferrocarriles Q&G (Quito y Guayaquil) Rail Way Company fue quien construyó esta estación en el año 1.905, la cual tenía la finalidad de ser una estación de transferencia, ésta se constituye el punto más alto de la línea férrea.

“En dicha estación funcionaba una oficina de telégrafo en la misma que habitaba el telegrafista, y a veces pernoctaba el personal de la compañía. Ésta fue una de las más importantes estaciones durante los años de apogeo del ferrocarril.”

La Empresa Alta Montaña, arrendó y reconstruyó la infraestructura, cuidando mantener la arquitectura original, hoy en día es un refugio de montaña al cual llegan los montañistas de todo el mundo que visitan la zona. Urbina siguió funcionando como estación del ferrocarril hasta el año 1.993. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 299).

La Estación está rodeada por páramo, el cual es cuidado por los indígenas de la zona, muestra de ello es que han cambiado parte de su ganado por llamas y alpacas, que protegen el suelo por la forma de los cascos de sus patas. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 300).

“Es un refugio de alta montaña en cual se dará servicio de alojamientos, alimentación y actividades turísticas como cabalgatas, ciclismo, andinismo e intercambio cultural con las comunidades. Articulado a la propuesta de un turismo ferroviario.” (Municipio de Guano, 2014, Pág. 10)

Calina de Lluishi

La colina de Lluishi se encuentra a 220 metros de distancia del parque central de la Ciudad de Guano. Es una formación rocosa de origen volcánico, a la cual cientos de turistas ascienden para observar el paisaje, visitar la gruta de la virgen, los restos arqueológicos y la tarabita. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 264).

Atractivos individuales que lo conforman

Gruta de la Virgen del Carmen

“A ésta gruta acuden cientos de devotos que suben por las escalinatas solicitando favores a la Virgen del Carmen que se encuentra en la parte superior de la colina.”

Petroglifos y monolitos

En la parte alta de la colina, se toma un camino de piedra por el cual se llega a los petroglifos con figuras antropomorfas, dos monolitos en piedra tallados a mano los cuales son de un tamaño considerable, el uno representa la cara de el inca y el otro un pez.

Casa de Don Marcos Montalvo

En la colina encontramos la casa de don Marcos Montalvo, padre de Juan Montalvo, la cual posee un calabozo subterráneo en el cual antiguamente encerraban a los ladrones, en la actualidad es el reservorio de agua Potable que abastece al cantón.

Tarabita

“En la colina se encuentra una tarabita de 700 metros de largo aproximadamente la cual tiene un costo de 0,50 usd por persona.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 265).

La colina de Lluishi se encuentra En proceso de deterioro debido a que no se encuentran al pie recomendaciones para la visita, la gente sube sin ningún tipo de control, arrojan basura y destruyen los barandales, además llegan fácilmente a los petroglifos y monolitos, subiéndose sobre ellos provocando el desgaste de los mismos.

Para subir hacia la virgen, los petroglifos, monoglifos, tarabita, y reservorio de agua, se lo puede hacer a pie por las escalinatas que encontramos en la colina, además por un

costado encontramos un camino de tierra por el cual se puede subir a la parte alta de la colina en auto. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 266).

Ruinas del Monasterio de la asunción

“Las Ruinas del Monasterio de la Asunción se encuentran ubicadas a una distancia de 150 metros del parque central, junto al parque de juegos infantiles.”

En la Ruinas se puede apreciar los restos de la antigua iglesia franciscana en la cual se encuentran dos esculturas de monjes del monasterio, se pueden encontrar varios restos de pilares de lo que se supone era la pila para bautizos. Se puede observar en una de las paredes el agujero de donde extrajeron la momia que se encuentra en el museo, la cual dicen pertenece al primer guardián del convento Fray Lázaro de Santa Fimia, el cual se presume quedó sepultado en el terremoto de 1645.

“Las ruinas se encuentran conservadas debido a que mucha gente nacional y extranjera visita el sitio por la historia que posee.”

“El entorno se encuentra conservado ya que es un sitio turístico importante para el cantón es así que en sus alrededores encontramos diversidad de flores y césped que adorna el lugar.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 269).

Biblioteca del ilustre municipio del Cantón Guano:

“La Biblioteca del Ilustre Municipio del Cantón Guano se encuentra ubicada en la Avenida 20 de Diciembre frente al parque central.”

En las paredes de la biblioteca se encuentran 2 alfombras elaboradas a mano por artesanos de la ciudad, en las que se aprecian, el mapa de la Provincia de Chimborazo y el Escudo del Cantón, un cuadro pictórico de Antonio José de Sucre y Simón Bolívar.

Parte de la Biblioteca es una colección de libros que datan de 1.820, una peinadora sombrerero con un espejo, en el cual se guardan además varios periódicos que datan del año 1.925, tres bustos, correspondientes al General Eloy Alfaro, Gabriel García Moreno y Antonio José de Sucre. Una fotografía de los fundadores de la Biblioteca del año 1.920, el Acta de fundación de la Biblioteca, correspondiente al 2 de Octubre de 1.935. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 272).

Dentro de ésta funciona también el Museo del Ilustre Municipio del Cantón Guano, presenta varios tipos de cerámica arqueológica de nuestras poblaciones aborígenes el principal atractivo que tiene el cantón son los restos momificados del primer guardián de los Franciscano Fray Lázaro de Santofimia conocida como "La momia de Guano". Lo que asombra es su natural conservación, así como del pequeño ratón que lo acompañó en su nicho. Sus restos quedaron al descubierto después del terremoto de 1949. En el 2003 llegó a Guano una delegación de norteamericanos que realizaron varios estudios (60 radiografías o pruebas de carbono) para establecer la edad de la momia. Esta tiene 500 años de existencia y pertenece a Fray Lázaro de Santofimia.

El historiador y arqueológico Jacinto Jijón y Caamaño, visitó Guano y en un sin número de excavaciones encontró decenas de cerámicos puruháes, de enorme valor histórico que sirvieron para construir nuestro pasado, varias de esas piezas arqueológicas se encuentran en este museo, como: Cántaros, trípodes, tiestos, vasijas, pondos, platos ceremoniales y otros. (Museo de la ciudad, 2009-2014, s/n)

Parque Acuático los Elenes

“Este balneario se encuentra a 2 km. de la Ciudad de Guano este balneario cuenta con sauna, hidromasaje, toboganes gigantes piscina de olas y espacios naturales para el disfrute de la familia.” (Municipio de Guano, 2014, Pág. 14)

Laguna de Langos o Valle Hermoso

La Laguna de Langos o Valle Hermoso se encuentra a una distancia de 200 metros de la carretera principal Riobamba - Guano, tiene un tamaño aproximado de 200 metros de ancho por 300 metros de largo, no se conoce la profundidad de la misma. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 275).

“El paisaje que se observa es esplendoroso, al fondo el altar, y alrededor se puede mirar un bosque de pinos que rodea la laguna.”

“En los bordes de la laguna se puede observar algas y gran cantidad de totoras, la cual es la materia prima para la elaboración de artesanías. En la zona se encuentran patillos, anfibios y otras aves que vuelan alrededor.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 276).

Iglesias

“Guano es un pueblo católico por excelencia, así demuestran las siete Iglesias que existen en la ciudad: La Matriz, El Rosario, La Magdalena, La Inmaculada, Espíritu Santo, La Dolorosa y Santa Teresita.”

Iglesia La Matriz

Es una joya arquitectónica que es parte de la vida del cantón. En su interior, el arte se combina con fe católica. Es una construcción de estilo neoclásico del tipo monumental

que data de inicios del siglo XIX y constituye un paradigma de la construcción religiosa de esa época. Consta de tres torres reconstruidas después del terremoto de 5 de agosto de 1949. Sobre la torre central se encuentra la imagen de la Virgen del Carmen, Patrona de la población.

“Sus campanas fundidas por hábiles artesanos guaneños todavía suenan invitando al recogimiento o anunciado la realización de actos religiosos.” (Municipio de Guano, 2014, Pág. 16)

Parques

20 de Diciembre

“El parque lleva este nombre en honor de la fecha de cantonización de Guano.”

Parque Infantil

Se encuentra ubicado en las faldas de la colina Lluishi, de tras de las ruinas arqueológicas de la Iglesia la Asunción que complementan los atractivos los atractivos turísticos del cantón, este parque es visitado semana tras semana por turistas locales nacionales y extranjeros.

Parque El Batán

“Es considerado como complejo deportivo el cual es aprovechado por los visitantes para prácticas deportivas como: Fútbol, vóley, básquet, patinaje, ciclismo y de disfrutar de un clima agradable, etc.” (Municipio de Guano, 2014, Pág. 17)

Gastronomía

Los locales de expendio de comida típica están localizados en su gran mayoría en el sector central, barrios Santa Anita, La Magdalena y Santa Teresita.

La gente que visita Guano, lo hace principalmente por su gastronomía y por degustar la riquísima fritada, el original chorizo de Guano, la artesanal chicha huevona.

Cholas – Empanadas

El pan más representativo es “la chola de Guano”, consiste en rellenar la masa elaboradas con harina de trigo con raspadura (panela), dando como resultado un exquisito manjar y a su vez realizar también la denominada Empanada con queso.

(Municipio de Guano, 2014, Pág. 18)

La Fritada

“El secreto lo lleva en la presentación, además se deben añadir únicamente aliños naturales, el ajo y además ingredientes es molido en piedra para dar un sabor más originario.”

Chorizo

“Es una verdadera delicia es el plato tradicional se sirve con “papas cariuchas”, mote, tostado, maduro, “chiriucho”, y lechugas y el delicioso chorizo.”

Chicha Huevona

“Es la bebida ancestral preparada con huevo, licor de caña (trago) y otros ingredientes especiales, con una delicia para el paladar.” (Municipio de Guano, 2014, Pág. 19)

“La preparación de este tipo de alimentos es típica de la ciudad de Guano, así que la gente conserva la forma de preparación, aunque en algunos casos han cambiado la leña por el gas.”

“El entorno de éstas comidas y bebidas típicas se encuentran conservadas ya que es una actividad que se realiza desde hace muchos años atrás y lo conservan los habitantes del Cantón.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 284).

Infraestructura

Hosterías

“Hostería La Andaluza, Hostería Quinta Karen Estefanía, Hostería Los Eucaliptos, Portón Andino, Vista Hermosa y Quinta Aidita.”

Hoteles:

“Hotel El Valle, Hotel San Andes´s, Hotel La Magdalena, Hotel la Chilenita, Hotel del Mercado.”

Alimentación

“Restaurante Trini Pillauti, La Posada, Rica Fritada, Hostería Quinta Karen Estefanía, Hostería La Andaluza, Hostería Los Eucaliptos, Que Delicia, Aquí me quedo, Guaneñita 1, Guaneñita 2, Fritadería Guijarro, Palacio de los Chorizos.”

Esporcimientos

“Los Elenes, American´s Disco Club, Wiskeria Cali Calor, Café Bar Luna Negra, Karaoke, El Edén, Quinta Karen Estefanía. (Municipio de Guano, 2014, Pág. 21)

Actividades a realizar

“Se puede practicar caminatas, camping, excursiones, trekking, shopping en los diferentes lugares de la ciudad, observación de aves, pesca, ascensionismo, entre otras.”

Vialidad

“El Cantón Guano posee un relieve irregular, existen sectores que por su topografía el trazado vial es irregular pero esto no afecta la circulación normal de automotores.”

(Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 254).

“En la ciudad de Guano se presenta un trazado de calles regular, tipo manzanas, la ciudad se encuentra en un valle relativamente plano, en varias bocacalles se han colocado semáforos que facilitan el tránsito vehicular.”

La mayoría de carreteras se encuentran en buen estado, al ingreso a la ciudad se está haciendo el arreglo de las vías, lo cual permitirá no solo el embellecimiento de la ciudad sino también la protección de los vehículos que transitan por ésta.

Infraestructura vial existente

“La red vial de acuerdo al Departamento de Obras Públicas del Municipio del cantón Guano es la siguiente: Riobamba – Guano, Guano – San Andrés, Guano – Ilalo – Santa Fe de Galán, Guano – La Providencia – Guanano, San Andrés – San Isidro.”

Distancias

“La ciudad de Guano se encuentra ubicada a una distancia de 8km de la ciudad de Riobamba, el tiempo de recorrido es de 15 minutos.”

Transporte terrestre

Existen varias cooperativas de transporte que se dirigen a la ciudad de Guano desde la ciudad de Riobamba, parten desde el mercado General Dávalos, ubicado en las calles New York y Pichincha, con una frecuencia de 10 minutos cada una. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 255).

Existen cooperativas que realizan recorridos diarios hacia la parroquia San Andrés que parte desde el parque Barriga con una frecuencia de 20 minutos.

Lastimosamente no existen transportes frecuentes que lleven al resto de parroquias y a las que no llega este servicio las personas se transportan en camionetas o vehículos particulares. Entre las cooperativas de transporte tenemos: 20 de Diciembre y Andina, San Andrés, San Isidro, Quimiag y San Lucas.

Servicios Básicos

Agua potable

“La ciudad posee un sistema de aducción de agua potabilizada, proveniente de los tanques reservorios en los cuales se da al agua un tratamiento de clorificación, filtración y purificación.”

El sistema de distribución se realiza por medio de tuberías de hierro galvanizado de diferentes diámetros de acuerdo a los caudales necesarios. La aducción del agua a los predios urbanos se efectúa con tuberías galvanizadas directamente a un medidor que establece el consumo mensual por unidad habitacional. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 256).

“El 95% del área urbana está cubierta por el sistema de distribución de agua potable, el resto de la población se abastece de agua entubada.”

“En el Cantón Guano, las parroquias rurales cuentan con sistemas de captación y distribución de agua, cuyas características y funcionamiento hacen que este servicio sea limitado e insuficiente.”

“Las redes de distribución existen solo en las cabeceras parroquiales y, dentro de estas, solo en los sectores centrales, abasteciéndose la población restante de grifos públicos ubicados preferentemente en las plazas.”

Alcantarillado

En el área urbana de Guano el servicio de evacuación de aguas lluvias y servidas, cubre el 74% de la ciudad. El sistema de alcantarillado que actualmente existe, en términos generales, está en buen estado, pero no cubre los requerimientos de la población.

Energía eléctrica

La ciudad de Guano es abastecida de energía eléctrica por la sub-estación Riobamba. El sistema de electrificación que posee está formado por redes de alta y baja tensión, transformadores, líneas de tendido. Las redes aéreas eléctricas se asientan en postes de hormigón. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 257).

Recolección de basura

Este servicio municipal existe en Guano periódicamente, y es proporcionado a la población que se ubica en el sector de La Matriz y a lo largo de los dos ejes viales principales (este-oeste), es decir en las áreas consolidadas y de fácil accesibilidad.

Abastecimientos de productos

“La población de Guano se abastece de productos para el consumo diario, insumos, menaje, ropa, etc., en varios almacenes que se hallan ubicados en distintas áreas y sectores de la ciudad.”

Existen también pequeñas tiendas de abarrotes en las cuales la población se abastece de productos de primera necesidad como arroz, azúcar, etc., que son de consumo diario; estas tiendas se encuentran dispersas en toda la ciudad, sirviendo de esta manera a los diferentes barrios consolidados de la ciudad.

Principales actividades económicas del sector

Entre las principales actividades económicas que realizan los habitantes del Cantón está la elaboración de artesanías, ya sean las demandadas y famosas alfombras hechas a mano en obrajes, las mismas que son una tradición desde épocas de la colonia, o las elaboradas en cuero. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 258).

“Las artesanías son productos que impactan al turista por su calidad y la forma en la que están elaboradas, entre éstas podemos encontrar, alfombras, bayetas, vestidos, artículos en cuero como zapatos, carteras, cinturones, chompas, asientos, cojines, entre otras.”

Recreación y deportes

La ciudad cuenta con dos parques: El Parque Central, que debido a su equipamiento y utilización constituye el más importante; se localiza en la parroquia La Matriz. El otro parque, ubicado en el barrio La Inmaculada, se le conoce como parque de La Madre. (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 259).

Equipamiento cultural

“En Guano encontramos únicamente un Teatro y Biblioteca Municipales ubicados en la parroquia La Matriz. Dentro del cantón se localiza un centro de desarrollo cultural “El Rosario”.”

Telecomunicaciones

“La empresa que brinda este servicio es ANDINATEL. Esta empresa cobra por minuto USD 0.13 en llamadas locales, USD 0.18 en llamadas regionales y USD 0.25 por llamadas nacionales. Existe cobertura de celular Movistar y Claro únicamente en ciertos sectores.”

Servicios financieros

“La ciudad de Guano cuenta con entidades financieras, las cuales presta sus servicios a los habitantes de la cabecera cantonal éstos son: Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba, Cooperativa de Ahorro y Crédito El Sagrario.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 260).

Salud

“En el Cantón existen centros, subcentros, dispensarios, puestos y clínicas de salud.” (Equipo Técnico ESPOCH, 2004, Pág. 254).

Plan

Es ante todo la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima organización, adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación del plan. (Definición ABC, 2015)

Plan estratégico

Es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente. (GUIA DE LA CALIDAD, 2015)

Marketing

Es un instrumento de comunicación plasmado en un documento escrito que describe con claridad: la situación de mercadotecnia actual, los resultados que se esperan conseguir en un determinado período de tiempo, el cómo se los va lograr mediante la estrategia y los programas de mercadotecnia, los recursos, los de la compañía que se van a emplear y las medidas de monitoreo y control que se van a utilizar. (ESPOL, 2015)

Producto

Cuando una persona acude a un establecimiento o visita una web para efectuar una compra como, por ejemplo, una cámara, no solo pide información sobre las características técnicas y el precio, sino que además solicita una información comparativa con otra serie de marcas, así como las ventajas y beneficios que le pueden reportar, tanto para realizar una filmación como para su traslado físico, y se informará seguramente sobre si en ese momento existe alguna oferta o descuento en el precio. (MARKETING XXI, 2015)

Promoción

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un *target* determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas. (MARKETING XXI, 2015)

5.01.02 Análisis FODA

Para establecer el diseño de la propuesta se inició con el análisis de la descripción de la situación actual e investigación de campo establecido en los capítulos anteriores; para ejecutar este análisis se utiliza la herramienta estratégica conocida como Metodología FODA.

Se establecen cuatro matrices que comprenden la información que favorece al turismo en el cantón Guano en el ámbito interno y externo (fortalezas y oportunidades) y la información que desfavorece al mencionado tema (debilidades y amenazas).

Tabla No. 7
Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Cantón con biodiversidad en flora y fauna	1. Cercanía a las ciudades más grandes del país: Quito y Guayaquil
2. Buena infraestructura vial y de servicios en las carreteras de la provincia de Tungurahua	2. Sector público impulsa la generación de nuevos proyectos turísticos
3. Clima agradable durante todo el año	3. Cercanía con poblaciones indígenas amplia riqueza cultural
4. Variedad gastronómica del sector	4. Campaña publicitaria del gobierno para atraer turistas nacionales e internacionales
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Operadores turísticos con bajo nivel de capacitación técnica en temas de turismo	1. Desconocimiento de los turistas sobre los atractivos del cantón Guano
2. Desinterés del sector privado por mejorar infraestructura turística	2. Ineficiente servicio de transporte público para llegar al cantón Guano
3. Gobierno Municipal no coordina actividades con el sector privado	3. Desconocimiento de los turistas sobre los atractivos del cantón Guano
4. Desaprovechamiento del flujo de turistas internacionales	4. Incremento de la oferta turística en otros sectores aledaños como Baños.

Elaborada por: Karen Solano

5.01.03 Investigación de mercado

La investigación de mercado se realiza con la finalidad de obtener información de los atractivos turísticos aledaños del cantón Guano.

Fue necesario estudiar a la población e investigarla con sus necesidades mediante, para ellos se utilizó el muestreo no probabilístico, mediante una encuesta personal.

El volcán Chimborazo es uno de los principales atractivos turísticos cerca al cantón Guano el cual es majestuoso, imponente y eterno atalaya del Universo, cubierto de nieve perpetua, en cuyas faldas se encuentran dilatados páramos, y abundante ganado vacuno, caballar y porcino, con toda clase de productos agrícolas. El punto más alejado del centro de la tierra y más cercano al sol. (VIAJANDO X , 2014)

Otro de los atractivos aledaños al cantón es el Volcán de Tungurahua el cual es uno de los volcanes más activos de nuestro país y en sus faldas alberga a poblaciones como baños. (VIAJANDO X , 2014)

5.01.04 Instrumentos de la investigación

En el presente estudio se utiliza mediante una visita de campo en donde se identificó el problema central que se encuentra en cantón Guano la cual es el limitado desarrollo de la actividad turística.

Otro de los instrumentos de investigación que se utilizó es la técnica de la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario planteado específicamente en los directivos de la institución investigada.

El cuestionario es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en la investigación, para que sea contestado por la población o su muestra.

Las fuentes de información serán primarias a través de la utilización del cuestionario aplicado en la población de estudio.

Fuentes secundarias, también serán usadas, con la recopilación de material bibliográfico referente a la temática de investigación.

Para el tratamiento y análisis de la información obtenida, se utilizará las tablas de resultados presentadas en cuadros estadísticos. Además transformará la información en porcentajes y se han establecido las relaciones correspondientes entre las variables de estudio.

Los resultados serán procesados mediante la estadística descriptiva y presentados mediante cuadros, barras y gráficos circulares. La interpretación será en función del marco teórico a fin de obtener resultados, conclusiones y recomendaciones que a la postre, han fundamentado certeramente la propuesta.

5.01.05 Población y muestra

5.01.05.01 Población

Según el INEC 2015 el cantón Guano cuenta con una población de 42 851 habitantes, para obtener la muestra es necesario aplicar la fórmula de población infinita debido a que su población es mayor a 30 000 habitantes.

5.01.05.02 Tamaño de la Muestra

Se aplica la fórmula para universos infinitos.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población

z = Nivel de confianza 95%

p = Probabilidad de ocurrencia (50%)

q = Probabilidad de no ocurrencia (50%)

e = Error de la muestra 5%

Población económicamente activa del cantón Guano

n= Tamaño de la muestra

z = 1.96

p = 0.5

q = 0.5

e = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n=384$$

5.01.06 Análisis de la información

5.01.06.01 Encuesta No. 1

Al realizar la fórmula se identificó el valor de la muestra la cual dio como resultado 384 encuestas. Mediante este resultado se realiza la siguiente encuesta la cual se elabora el 3 de agosto del 2015, identificando la situación actual en la que se encuentra el cantón. Se constató porque el cantón no se desarrolla turísticamente con esto dar solución a dicho problema.

Pregunta 1.- ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Tabla No. 8
Pregunta No. 1

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Turista Nacional	269	70%
Turista Extranjero	115	30%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

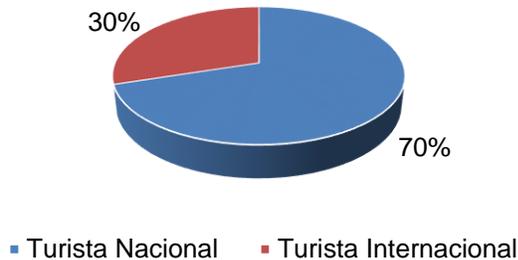


Figura No. 5
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- El 70% de los encuestados son turistas nacionales y proceden principalmente de las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay. Estas respuestas son esperadas con relación al número de población de las provincias mencionadas; el 30% de turistas internacionales procede principalmente de Estados Unidos y Europa. Esta información es útil para direccionar el plan de marketing concentrado principalmente en el turismo interno.

Pregunta 2.- ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Tabla No. 9
Pregunta No. 2

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Turístico	244	64%
Visita familiar	46	12%
Negocios	34	9%
Estudios	0	0%
Vacaciones	26	7%
Trabajo	34	9%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

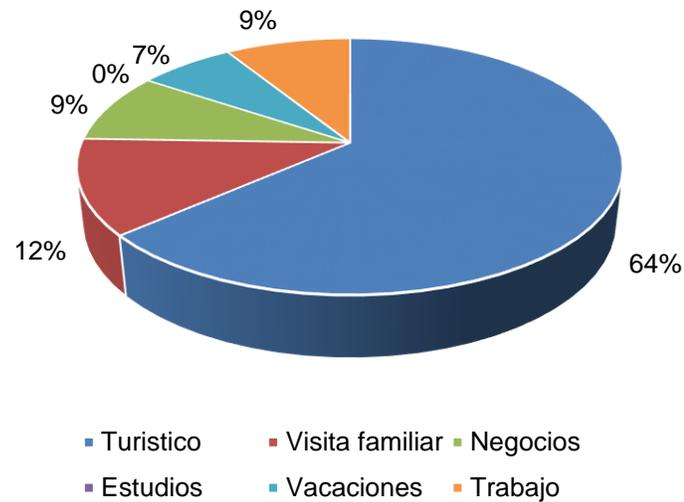


Figura No. 6
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- El principal motivo de visita al cantón Guano es el turístico con el 64% de las opciones de respuesta, este porcentaje significa que el cantón tiene un potencial turístico. Las opciones de respuesta que siguientes son trabajo y visita familiar. Esto se explica por el número de personas que migran del cantón Guano hacia ciudades como Quito y Guayaquil, y vuelven a visitar a sus familiares. En cuanto al tema de trabajo se refiere por las actividades fabriles del cantón como la producción de alfombras y calzado.

Pregunta 3.- ¿Qué busca en su visita?

Tabla No. 10
Pregunta No. 3

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Aventura	90	23%
Tranquilidad	56	15%
Salud	0	0%
Compras	68	18%
Gastronomía	76	20%
Relajación	94	24%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

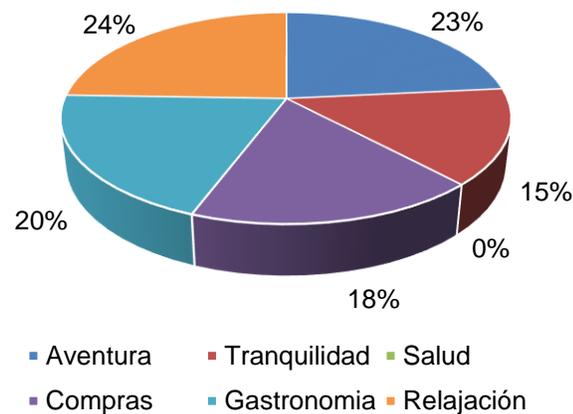


Figura No. 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- Las personas que visitan el cantón Guano buscan alternativas vinculadas con la actividad turística, como aventura, gastronomía, relajación y compras. Estos factores son importantes para la estructura del plan de marketing y la caracterización de los visitantes del mencionado cantón.

Pregunta 4.- ¿Cuál es el principal medio para informarse sobre los atractivos turísticos del país?

Tabla No. 11
Pregunta No. 4

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	120	31%
Internet	50	13%
Guías turísticas	16	4%
Redes sociales	40	10%
Volantes	12	3%
Periódico	110	29%
Trípticos	10	3%
Vallas publicitarias	26	7%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

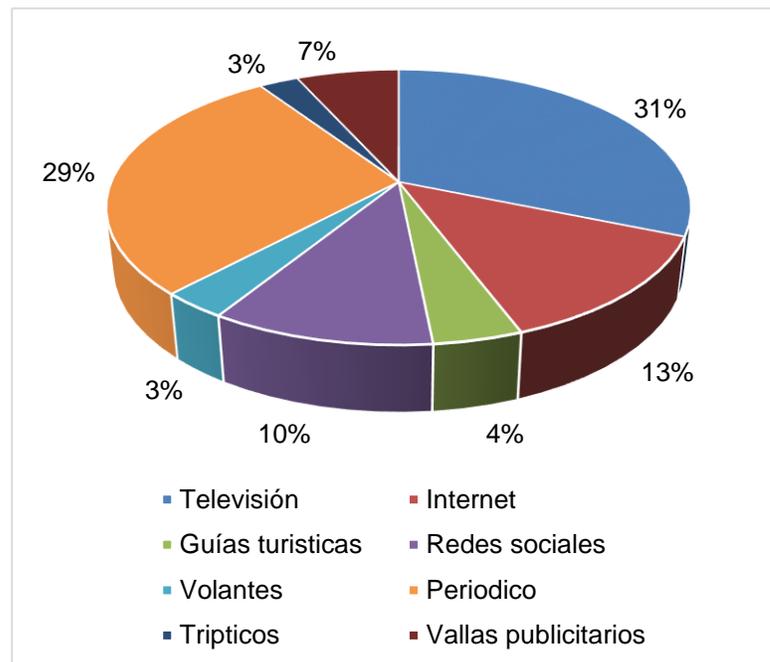


Figura No. 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- Los principales medios de comunicación que frecuentan los turistas para recabar información sobre los atractivos turísticos son el periódico y la televisión, estos medios son tradicionales y deben formar parte de la estrategia de promoción. Por otro lado, se debe apoyar en los medios tecnológicos como redes sociales e internet.

Pregunta 5.- ¿Conoce la Provincia de Chimborazo?

Tabla No. 12
Pregunta No. 5

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	318	83%
No	66	17%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

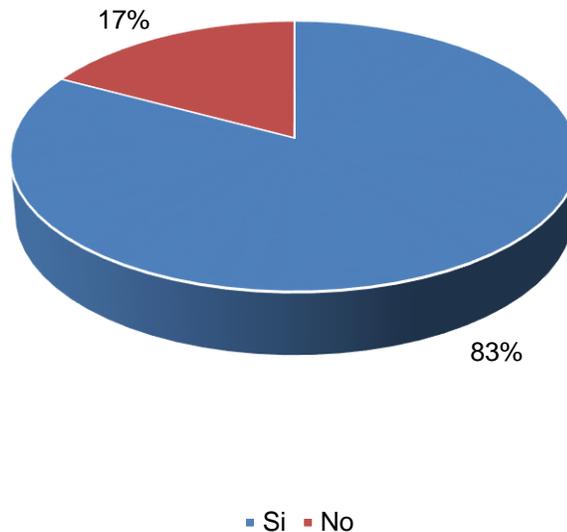


Figura No. 9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- La respuesta acerca del conocimiento de los turistas de la provincia de Chimborazo, tiene un alto porcentaje de afirmación, el 83% ha visitado la provincia al menos una ocasión. Este porcentaje es un indicador del potencial turístico del cantón Guano, ya que la provincia a la que pertenece es un atractivo natural por varios factores como ubicación en la sierra central, por lo que es accesible desde varios puntos del país, tanto de la región Sierra, Costa y Oriente.

Pregunta 6.- ¿Ha visitado el Cantón Guano perteneciente a la provincia de Chimborazo?

Tabla No. 13
Pregunta No. 6

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	178	46%
No	206	54%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

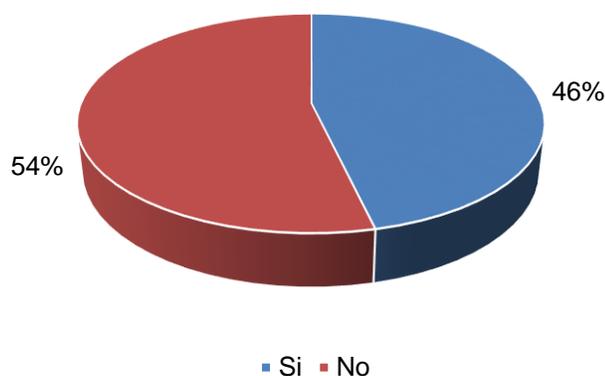


Figura No. 10
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- El porcentaje que ha visitado el cantón Guano es el 46%, se reduce en comparación con los visitantes a la provincia, esto indica, que las personas que visitan Chimborazo no tienen conocimiento del cantón Guano y que visitan otros sectores de la provincia. Por lo que, es conveniente el desarrollo de un plan de marketing para incrementar el número de visitantes.

Pregunta 7.- ¿Conoce Ud. si existe promoción turística del cantón Guano a nivel nacional?

Tabla No. 14
Pregunta No. 7

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	10%
No	346	90%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

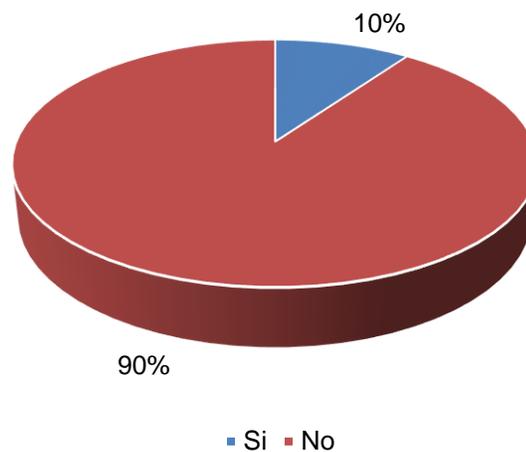


Figura No .11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- El 90% de los encuestados no conoce algún tipo de promoción del cantón Guano, este porcentaje es elevado y demuestra las falencias que tienen las autoridades municipales y el sector privado en el tema promocional y publicitario.

Pregunta 8.- ¿Considera usted que al desarrollo de la actividad turística permitirá mejorar el estilo de vida de la población del Cantón Guano?

Tabla No. 15
Pregunta No. 8

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	75%
No	96	25%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

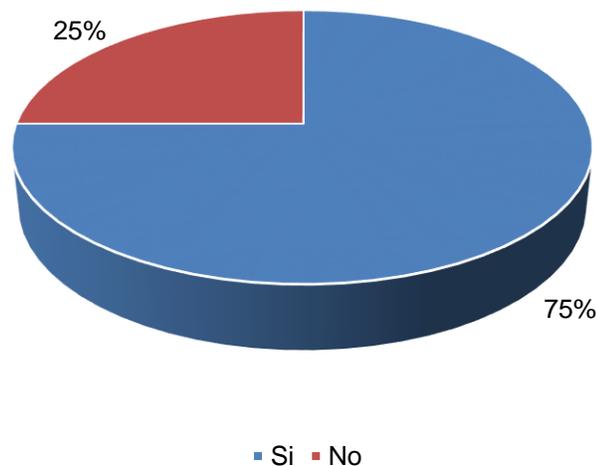


Figura No. 12

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- Con relación al aporte que el turismo puede realizar a la población del cantón Guano, el 75% de los encuestados afirman que es positivo y permitirá mejorar la calidad de vida de los pobladores. Este porcentaje muestra que la actividad turística es una potencial fuente de ingresos y que así lo ven los turistas, que son conscientes que su visita aporta al crecimiento de la comunidad del cantón.

Pregunta 9.- ¿Qué tipo de atractivos turísticos le gustaría visitar en el cantón Guano?

Tabla No. 16
Pregunta No. 9

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Naturales	226	59%
Culturales	158	41%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

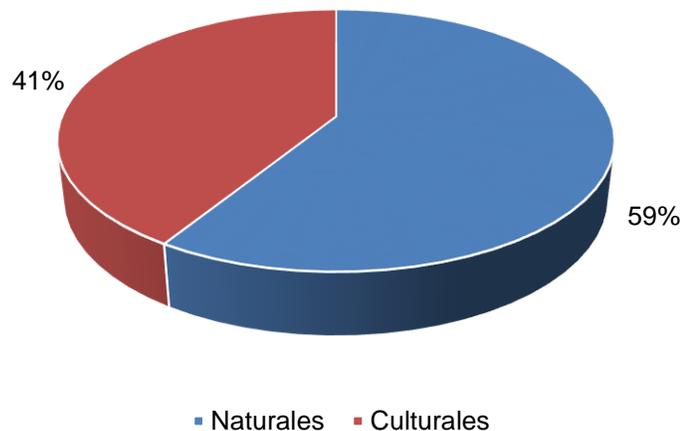


Figura No. 13

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- Los turistas nacionales e internacionales prefieren los aspectos naturales en el 59% y el 41% buscan la riqueza cultural del cantón Guano. Estos porcentajes indican que existe equilibrio en las motivaciones para conocer en el cantón y son gestionadas por dos aspectos importantes al momento de valorar los criterios que debe incluirse en el plan de marketing para el cantón.

Pregunta 10.- ¿Le gustaría recibir material promocional con información acerca de los atractivos turísticos que existen en el Cantón Guano provincia de Chimborazo?

Tabla No. 17
Pregunta No. 10

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	242	63%
No	142	37%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

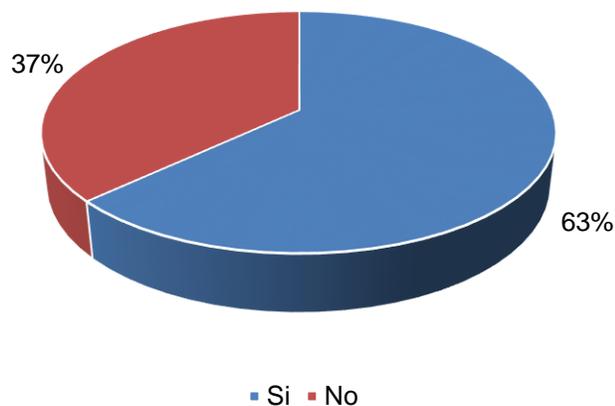


Figura No. 14
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis.- El 63% de los turistas nacionales e internacionales están dispuestos a recibir información acerca del cantón Guano, este porcentaje demuestra su interés por conocer los atractivos turísticos, para posteriormente visitar el cantón.

5.01.06.02 Encuesta No. 2

El 5 de septiembre del 2015 se realizó un nuevo muestreo con el fin de comparar los datos de la encuesta elaborada el 3 de agosto del 2015.

1.- ¿Conoce Ud. Si existe promoción turística del cantón Guano a nivel nacional?

Tabla No. 18
Pregunta No. 1

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	15%
No	322	85%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

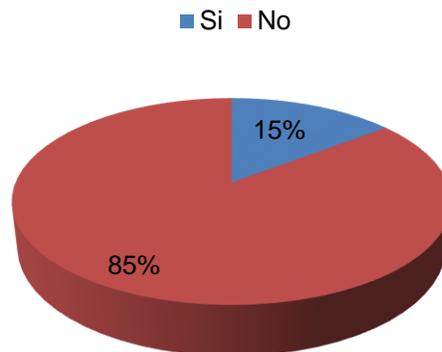


Figura No. 14
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis: El 84% de los turistas encuestados afirman no conocer promociones turísticas del cantón Guano y el 15% dicen lo contrario.

2.- ¿Considera usted que al desarrollo de la actividad turística permitirá mejorar el estilo de vida de la población?

Tabla No. 19
Pregunta No. 2

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	310	81%
No	74	19%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

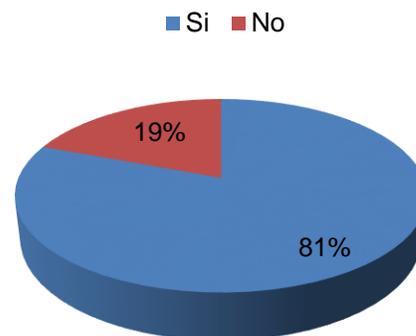


Figura No. 15
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis: De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas el 81% Considera que mediante un desarrollo de la actividad turística se permitirá mejorar el estilo de vida de la población por otro lado el 19% piensa lo contrario.

3.- Qué tipo de atractivos turísticos le gustaría visitar en el cantón Guano?

Tabla No. 20
Pregunta No. 3

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Naturales	288	75%
Culturales	96	25%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

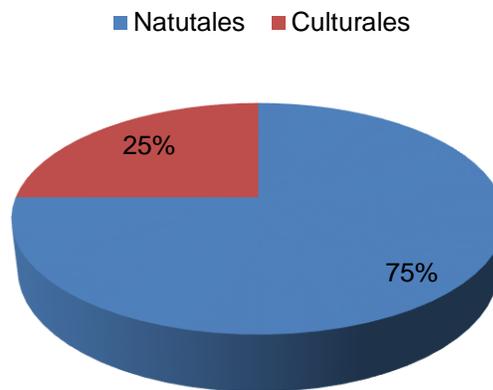


Figura No. 16
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis: Del 100% de los turistas los cuales fueron encuestados, el 75% prefiere los atractivos turísticos naturales del cantón, y el 25% restante opta por los atractivos culturales.

4.- ¿Le gustaría recibir material promocional con información acerca de los atractivos turísticos que existen en el Cantón Guano provincia de Chimborazo?

Tabla No. 21
Pregunta No. 4

Opciones respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	272	71%
No	112	29%
Total	384	100%

Elaborado por: Karen Solano

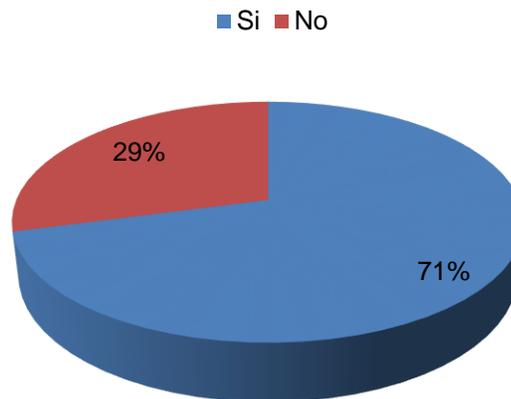


Figura No. 17
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Karen Solano

Análisis: Al 71% de los turistas les gustaría recibir material promocional con información de los atractivos turísticos que existen en el cantón, pero el 29% restante no está interesado.

Conclusión General de las encuestas aplicadas

Mediante las encuestas que se realizaron en el cantón Guano se verificó el estado en el que se encuentra el sector con ayuda de los turistas que fueron encuestados, esto

contribuyo a la elaboración del presente proyecto y a su vez plantear una solución que ayude a mejorar la situación actual.

5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)

El diseño de la investigación es la herramienta técnica que tiene el investigador para generar la información necesaria para cumplir los objetivos planteados y encontrar la solución al problema mencionado en la parte inicial del documento.

En base a esta información el diseño de la investigación corresponde a los siguientes casos:

- Investigación cuantitativa.- mediante esta investigación se utilizó la recolección de datos por medio de una encuesta que contaba con 10 preguntas relacionadas al tema del proyecto, al problema central y a la propuesta planteada para la solución.
- Investigación de campo.- ya que existe recolección de datos directamente de la fuente de la información, en este caso, los turistas que visitan el cantón Guano.
- Investigación explicativa.- es un proceso que consiste en obtener la relación causa y efecto entre las variables de estudio, lo que permite realizar conclusiones que explique el fenómeno investigado.

En el presente estudio se utiliza la técnica de la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario planteado específicamente en los directivos de la institución investigada.

El cuestionario es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en la investigación, para que sea contestado por la población o su muestra.

Las fuentes de información serán primarias a través de la utilización del cuestionario aplicado en la población de estudio.

Fuentes secundarias, también serán usadas, con la recopilación de material bibliográfico referente a la temática de investigación.

Para el tratamiento y análisis de la información obtenida, se utilizará las tablas de resultados presentadas en cuadros estadísticos. Además transformará la información en porcentajes y se han establecido las relaciones correspondientes entre las variables de estudio.

Los resultados serán procesados mediante la estadística descriptiva y presentados mediante cuadros, barras y gráficos circulares. La interpretación será en función del marco teórico a fin de obtener resultados, conclusiones y recomendaciones que a la postre, han fundamentado certeramente la propuesta.

5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

Plan estratégico

La planeación estratégica de una empresa es muy importante por cuanto debe servir como un instrumento de apoyo al plan de marketing. Es necesario comenzar un plan formulando los elementos corporativos que sustentan la gestión de una empresa:

declaración de la misión, visión, objetivos corporativos, valores corporativos, políticas de la empresa.

A continuación se presenta la propuesta estratégica para dar conocer los atractivos turísticos del cantón Guano provincia de Chimborazo.

Misión:

“El cantón Guano será identificado como destino turístico por los turistas nacionales e internacionales a través de la promoción de sus atractivos turísticos para que así todas las personas puedan disfrutar de las riquezas del cantón y de la hospitalidad que brindan los pobladores a sus visitantes”

Visión:

“Lograr que los atractivos turísticos del cantón Guano se consoliden entre los visitantes como uno de sus principales destinos turísticos”

Objetivos:

General

Diseñar una propuesta estratégica de marketing que busque promover al cantón Guano como un destino turístico preservando sus recursos naturales y culturales.

Específicos

- Aumentar la demanda turística del cantón Guano y de esta manera generar el desarrollo local y mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad.
- Implementar acciones que permitan el mejoramiento continuo del servicio ofertado por los establecimientos hoteleros del cantón Guano, con el fin de que los clientes tengan una certeza de la calidad del servicio recibido.
- Potenciar los atractivos turísticos que existen en el cantón Guano.

Meta

Mejorar el desarrollo de la actividad turística, permitiendo mayor afluencia de turistas al cantón, en un lapso de 3 años.

Estrategias

- Proporcionar un servicio de calidad, procurando siempre el bienestar y satisfacción del visitante en todo momento.
- Invertir en mejoras tanto en infraestructura como en el servicio para fortalecer la posición e imagen frente a los visitantes al cantón.
- Diseñar un programa de capacitación continuo para todo el personal con el fin de especializarlos en atención y servicio al cliente, que permitan mejorar el nivel de satisfacción de los mismos.
- Crear una ruta turística para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Guano.

Políticas

- Las personas encargadas de dar información a los turistas que visitan el cantón Guano deberán estar capacitadas sobre todos y cada uno de los atractivos turísticos que ofrece el cantón y en todo momento deberán tener una buena conducta y ser amables con el turista.
- Los establecimientos hoteleros del cantón entregarán información publicitaria de los atractivos turísticos del cantón a todos sus huéspedes.

- Todos los establecimientos hoteleros deberán manejar tarifas en función de la temporada con el fin de estimular la demanda de los visitantes al cantón.
- Los atractivos turísticos del cantón Guano deberán estar debidamente señalizados y rotulados.
- El plan estratégico de marketing deberá ser socializado a todas las entidades gubernamentales del cantón.

Liderazgo

La institución encargada de dirigir el proyecto que permitirá dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Guano es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guano que conjuntamente con los Gobiernos Parroquiales de Guano y los propietarios de los establecimientos hoteleros deberán trabajar por la implementación del plan estratégico de marketing que permita posicionar a Guano como un destino turístico para visitantes nacionales y extranjeros resaltando sus bellezas naturales y su habilidad manufacturera en la elaboración de artesanías, no por nada Guano es conocida como la capital artesanal de Ecuador.

Culturas y valores

- Mantener en buen estado los atractivos turísticos naturales y culturales que posee el cantón.
- Cuidar el medio ambiente.
- Brindar el mejor servicio al cliente, con el fin de cumplir sus necesidades y satisfacción.

- Hospitalidad: Acoger al visitante con amabilidad brindándole un buen recibimiento y excelente atención.
- Amabilidad: Brindar al turista
- Integridad: Siempre hacer lo correcto. Lo que significa hacer todo aquello se considere bien para nosotros y que no afecte los intereses de las demás personas o clientes.
- Puntualidad: Con nuestros clientes al momento de que éstos requieran el servicio.
- Honestidad: A través de un manejo transparente de recursos, para que los empleados y propietarios se sientan seguros y confiados en el servicio que ofrecen al turista.
- Responsabilidad social: Los establecimientos hoteleros y de alimentos deberán cumplir con la normativa vigente, obligaciones con sus empleados, visitantes, competencia, medio ambiente y la sociedad en conjunto.
- Compromiso: Para trabajar y prestar el mejor servicio a los visitantes prestando siempre seriedad en lo que realicen.

Plan de Marketing

Para Vicente (2009), es un documento de trabajo escrito que permite a la empresa confiar en alcanzar sus objetivos de marketing siguiendo un proceso metodológico.

Es un componente de la planificación general de la empresa. Tiene por objetivo final

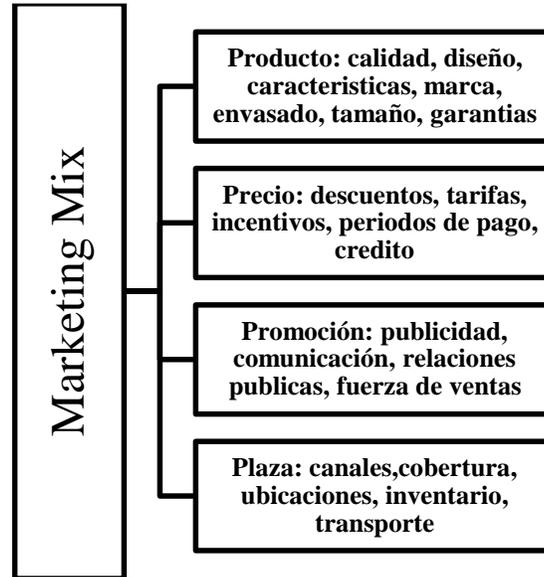
desarrollar programas de acción para lograr los objetivos comerciales y la satisfacción de sus clientes. (pág. 118)

En lo que se refiere al Plan de Marketing, según lo mencionado Kotler (2011) “la gestión de marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, precio, promoción y distribución (plaza) de ideas de bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan tanto objetivos individuales como de las organizaciones” (p. 11). Estos componentes de la gestión de marketing se concentran en el cumplimiento de las necesidades de los consumidores, para lo cual debe existir una coordinación en el diseño de estrategias, este proceso conjunto se lo conoce como el marketing mix.

De acuerdo a Kloter y Armstrong (2008), “el marketing mix es el conjunto de herramientas que controlan y definen el producto, precio, plaza y promoción que la empresa mezcla para producir la respuesta comercial deseada en el mercado objetivo” (p. 52).

Las interacciones en el marketing mix en el proceso de comercialización se pueden visualizar en el siguiente gráfico:

Gráfico. Interacción del Marketing Mix



Fuente: (Kotler P. , 2011)

Elaboración: Karen Solano

En este sentido es importante definir los componentes del marketing mix, estos son los siguientes:

Producto

De acuerdo a lo que menciona Erdellan (2012) “se define como producto a un objeto tangible que se encuentre en el mercado para su adquisición, uso o consumo y que se supone, puede satisfacer una necesidad o deseo de los consumidores” (p. 319).

Los elementos que componen al producto, desde el punto de vista del marketing, se describen de la siguiente manera:

- Elementos intrínsecos.- materia prima.
- Elementos de presentación.- empaque, envase, diseño y etiqueta.

- Elementos funcionales.- permiten su uso y aplicación.
- Elementos de identificación.- marcas, patentes y logos.
- Elementos de imagen.- prestigio, beneficios, posicionamiento y diferenciación.

Precio.- de los cuatro componentes del marketing mix, el precio es el único que genera ingresos para la organización, los otros tres componentes generan egresos; este hecho es un factor diferenciador que determina lo importante que significa su proceso de fijación para las organizaciones. Según Kotler (2011) “el precio comunica al mercado el posicionamiento de valor del producto o marca buscado por la empresa”.

El proceso de fijación de precio debe cumplir con los siguientes pasos:

- 1) Selección de la meta que persigue la fijación de precio
- 2) Determinación de la demanda
- 3) Cálculo de los costos
- 4) Análisis de los costos, precios y ofertas de los competidores
- 5) Elección de un método de fijación de precios
- 6) Selección del precio final

Plaza.- la plaza o distribución es el componente del marketing mix que se encarga del proceso de abastecimiento y logística para ser accesible de los consumidores los productos que buscan con el fin de satisfacer sus necesidades. De acuerdo a lo definido por Erdellan (2012) “la plaza o distribución es el planeamiento, la implementación y control de las redes que conectan el sistema empresa con el sistema consumidor y por las que fluyen físicamente los productos comercializados” (p. 552).

Las principales decisiones que se deben tomar en cuenta al diseñar una estrategia de distribución son las siguientes:

- a) Elección de los puntos de venta
- b) Selección de los canales de acceso a los puntos de venta
- c) Funciones que se delegan en los intermediarios del canal
- d) Dirección de las relaciones internas de los canales

El presente proyecto se va a promocionar con los siguientes afiches

- Camiseta



- Gorra



- Taza



Promoción.- como lo define Kotler & Armstrong (2008) “la promoción está formado por un conjunto de herramientas e incentivos, sobre todo a corto plazo, diseñados para estimular una compra mayor o más rápida de productos o servicios específicos por parte de los consumidores” (p. 519). Las principales decisiones que se deben cumplir para un programa eficiente de promoción son las siguientes:

- Establecimiento de objetivos

- Selección de las herramientas de promoción al cliente, entre las que se puede mencionar: muestras, cupones, ofertas de reembolso de efectivo, paquetes con descuento, obsequios, recompensas de compra, entre otros.
- Implementación del programa de promoción
- Evaluación del programa de promoción.

Logo Diseñado



Análisis de Logo

El presente logo se lo diseñó inspirado en su gastronomía y artesanía del cantón Guano.

La alfombra y el chal fueron diseñados en representación a la artesanía del cantón que es elaborada en lana y algodón.

Y el plato de fritada representa al plato típico que tiene el cantón.

El eslogan "Te invita a conocerlo" se lo escogió debido a que el cantón posee un limitado desarrollo turístico por ende no es muy visitado.

Tabla No. 22
Oferta

OFERTA	
ALOJAMIENTO	Guano cuenta con hosterías, albergue y moteles para descansar plácidamente.
TRANSPORTE	Existen cooperativas que se dirigen a la ciudad de Guano
ATRATIVOS TURISTICOS	Se encuentra varios atractivos culturales
RESTAURANTES	Se encuentra varios restaurantes, cafeterías
SERVICIOS BASICO	Cuenta con todos los servicios básicos
SITIOS DE DIVERSION	Existen centro de división para toda clase de turistas

Elaborado por: Solano Vera Karen Vanessa

Tabla No. 23
Oferta

DEMANDA
En el presente cantón se puede disfrutar del turismo cultural, histórico, de diversión y relajación. Es un lugar en el que se puede descansar plácidamente y a la vez disfrutar de todos los atractivos existentes del lugar.

Elaborado por: Solano Vera Karen Vanessa

Marketing Mix

Según Muñiz (2009), Se denomina “marketing mix” a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de marketing para cumplir con los objetivos de la compañía. (pág. 141)

Las estrategias son planes que forman parte de las principales metas y objetivos de una organización. Son formuladas a partir de las debilidades, fortalezas y recursos de la misma con el fin de viabilizar la situación, haciéndola exitosa acorde con los requerimientos, procesos e intereses de la empresa.

CAPÍTULO VI

6.0 Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

6.01.01 Recursos Humanos

Tabla No. 24
Recursos Humanos

INVESTIGADOR
TUTOR
LECTOR
AUTORIDADES DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTON GUANO
COMUNIDAD DEL CANTON GUANO
TURISTAS

Elaborado por: Solano Vera Karen Vanessa

Tabla No. 25
Recursos Tecnológicos

INTERNET
LAPTOP
FLASH MEMORY
CALCULADORA
CAMARA
IMPRESORA
CELULAR
INFOCUS

Elaborado por: Solano Vera Karen Vanessa

Tabla No. 26
Recursos Materiales

ESFEROGRÁFICOS
LIBROS
HOJAS DE PAPEL BOND
BORRADOR
AUTO
LAPIZ
ANILLADO
TRIPTICOS
CORRECTOR
CUADERNO
RESALTADOR
TINTA PARA IMPRESORA

Elaborado por: Solano Vera Karen Vanessa

6.02 Presupuesto

El presente proyecto se inició con un valor de USD 500,00

Tabla No. 27
Presupuesto

Actividad realizada	Recursos utilizados	Detalle	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Visita de campo	Alimentación	De ida y retorno	3,00	3	9,00
	Transporte	Desayuno, almuerzo y merienda	10,00	2	20,00
	Hospedaje	1 noche	15,00	1	15,00
Elaboración del primer capítulo	Internet	por mes	23,00	1	23,00
	Luz	por mes	11,00	1	11,00
Elaboración del segundo capítulo	Internet	por mes	23,00	1	23,00
	Luz	por mes	11,00	1	11,00
	Plan de Tour 2020	Folleto	10,00	1	10,00
Elaboración del cuarto capítulo	Internet	por mes	23,00	1	23,00
	Luz	por mes	11,00	1	11,00
Elaboración del Quinto capítulo	Internet	por mes	23,00	1	23,00
	Luz	por mes	11,00	1	11,00
	Alimentación	De ida y retorno	3,00	3	9,00
	Transporte	Desayuno, almuerzo y merienda	10,00	2	20,00
	Hospedaje	1 noche	15,00	1	15,00
	Impresiones	Encuestas a turistas	0,01	384	3,84
Elaboración Sexto capítulo	Internet	por mes	23,00	1	23,00
	Luz	por mes	11,00	1	11,00
Elaboración Séptimo capítulo	Internet	por mes	23,00	1	23,00
	Luz	por mes	11,00	1	11,00
Bibliografía	Luz	por mes	11,00	1	11,00
VALOR TOTAL					316,84

Elaborado por: Karen Solano

6.03 Cronograma

Tabla No. 28
Cronograma

Meses y Fechas	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividades																								
Elaboración del contexto				X																				
Elaboración de la justificación y definición del problema central.					X																			
Entrega del Capítulo I						X																		
Elaboración del Mapeo de Involucrados									X															
Elaboración de la Matriz de Análisis de Involucrados										X														
Entrega del capítulo II											X													
Elaboración del Árbol de Problemas y Árbol de objetivos												X												
Entrega del capítulo III													X											
Elaboración de la Matriz de Análisis de Alternativas														X										
Elaboración de la Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos															X									
Elaboración del Diagrama de Estrategias y el marco Lógico																X								

**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS
TURISTICOS DEL CANTON GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

CAPÍTULO VII

7.0 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Mediante el apoyo para el desarrollo de la actividad turística que se va elaborar, la población se beneficiará tanto turística como económicamente.
- No se aprovecha el potencial turístico que posee el cantón.
- Este cantón es reconocido por artesanías en cuero que elaboran los habitantes, por el Museo Municipal en donde se encuentra la momia momificada y por su gastronomía.
- No hay apoyo por las autoridades para mejorar el desarrollo turístico.
- Se cuenta con el apoyo de prestadores de servicios y pobladores para mejorar su situación actual.
- La mayor parte de turistas que visitan el cantón son nacionales.
- Cuenta con algunos atractivos turísticos aledaños.
- Es un lugar tranquilo, con gente hermosa y de calidad.
- Se identificó que no existe promoción turística en el cantón.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda al gobierno Autónomo Descentralizado del cantón mayor interés en el desarrollo de la actividad turística
- Se recomienda a la población a mantener en buen estado los atractivos turísticos del cantón, dándoles un mantenimiento constante.

- Se recomienda a las autoridades mantener una promoción turística del sector con la finalidad de mejorar el estilo de vida de la población
- Se recomienda a las autoridades a capacitar a los prestadores de servicios con la finalidad de dar al turista una buena atención y asesoramiento turístico del lugar.
- Se recomienda a las autoridades realizar estrategias de marketing para incrementar el ingreso de turistas.

ANEXOS

Anexo No. 1

 **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO** 
MUNICIPAL DEL CANTÓN GUANO

Oficio N° 213 A-GADM-CG

Guano, 19 de junio de 2015

Ingeniero
Frikizia Mendoza
DIRECTOR DE ESCUELA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
Quito.

De conformidad a lo solicitado por la señorita Solano Vera Karen Vanesa, portadora de la cédula de ciudadanía N° 172178500-2, esta alcaldía autoriza para que realice el Proyecto "PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO", para lo cual se le proporcionará información turística del cantón, cabe aclarar que no habrá ningún tipo de erogación económica por el trabajo que realice, y queda el compromiso de presentar el trabajo ante esta Municipalidad.

Con sentimientos de consideración y estima.

Cordialmente,


Lic. Oswaldo Estrada A.
ALCALDE DEL GADM-CG
C.O. / mpp



DIRECCIÓN: Av. 20 DE DICIEMBRE Y LEÓN HIDALGO
Teléfonos: (03) 2 900 133 - (03) 2 900 931 - (03) 2 901510

www.municipiodeguano.gob.ec
alcaldia@municipiodeguano.gob.ec

**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Anexo No. 2

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Con el propósito desarrollar el proyecto de grado, previo a la obtención del título de Tecnóloga en la Carrera de Administración Turística y Hotelera, me permito solicitar a Ud. se digne en contestar las siguientes preguntas enfocadas al Plan Estratégico de Marketing con la finalidad de dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Guano provincia de Chimborazo.

1.- ¿Cuál es su lugar de procedencia?

2.- ¿Cuál es el motivo de su viaje?

- | | | |
|------------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Turístico | <input type="checkbox"/> Visita Familiar | <input type="checkbox"/> Negocios |
| <input type="checkbox"/> Estudios | <input type="checkbox"/> Vacaciones | <input type="checkbox"/> Trabajo |

3.- ¿Qué busca en su visita?

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Aventura | <input type="checkbox"/> Tranquilidad | <input type="checkbox"/> Salud |
| <input type="checkbox"/> Compras | <input type="checkbox"/> Gastronomía | <input type="checkbox"/> Relajación. |

4.- Cual es el principal medio para informarse sobre los atractivos turísticos del país:

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Televisión | <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Guías Turísticas |
| <input type="checkbox"/> Redes sociales | <input type="checkbox"/> Volantes | <input type="checkbox"/> Periódico |
| <input type="checkbox"/> Trípticos | <input type="checkbox"/> Vallas publicitarias | |

Otro medio

Especifique:

5.- Conoce la Provincia de Chimborazo:

Sí No

6.- Ha visitado el Cantón Guano perteneciente a la provincia de Chimborazo:

Sí No

7.- conoce Ud. si existe promoción turística del cantón guano a nivel nacional.

Sí No

8.- ¿Considera usted que al desarrollo de la actividad turística permitirá mejorar el estilo de vida de la población del Cantón Guano?

Sí No

9.- Qué tipo de atractivos turísticos le gustaría visitar en el cantón Guano

Naturales Culturales

10.- Le gustaría recibir material promocional con información acerca de los atractivos turísticos que existen en el Cantón Guano provincia de Chimborazo:

Sí No

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo No. 3

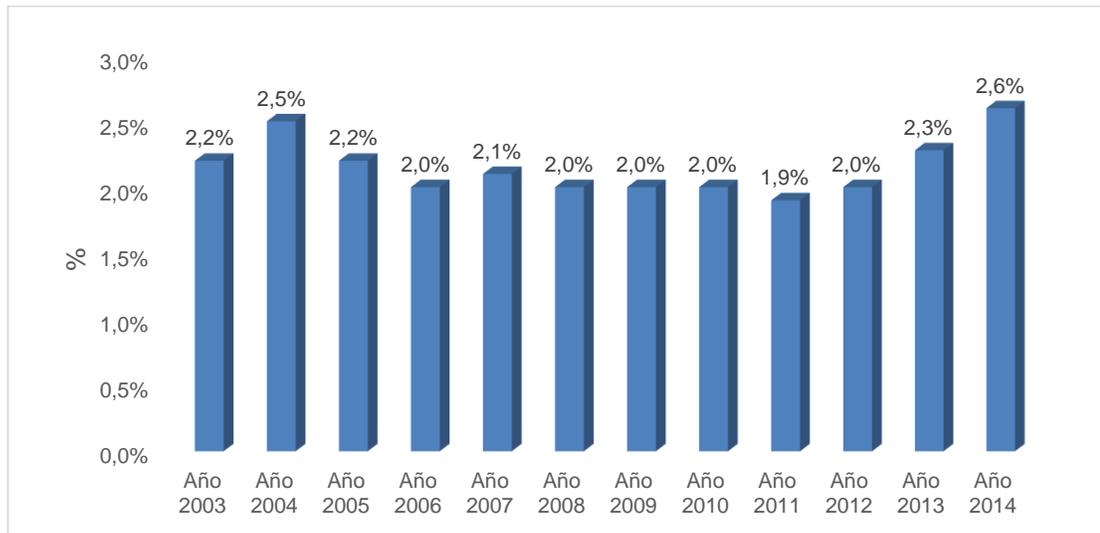


Figura 1. Contribución PIB al turismo
Fuente: Turismo una actividad en expansión (2014)
Elaboración: Karen Solano

Anexo No. 4

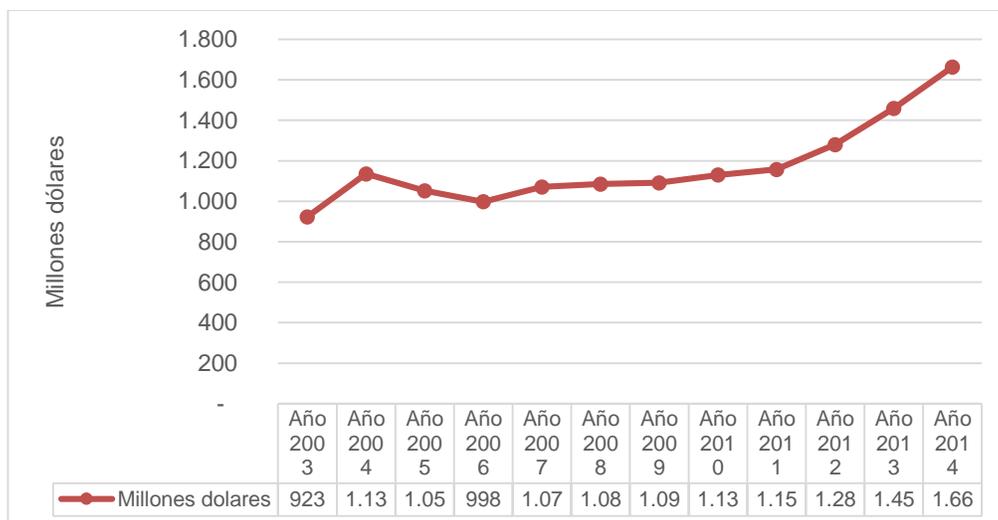


Figura 2. Evolución sector turismo y aporte al PIB
Fuente: Banco Central del Ecuador (2014)
Elaboración: Karen Solano

Anexo No. 5

Llegadas de turistas al Ecuador	Situación 2007		Situación 2014	
	2007	%	2014	%
Norteamérica	273.032	29	439.120	27
Estados Unidos	240.530	26	374.065	23
Canadá	21.539	2	48.791	3
México	10.963	1	16.264	1
Países vecinos	350.796	37	552.966	34
Colombia	201.546	22	325.274	20
Perú	149.250	16	243.955	15
MERCOSUR	54.411	6	130.110	8
Argentina	19.443	2	48.791	3
Chile	21.651	2	48.791	3
Brasil	13.317	1	32.527	2
Europa	136.007	15	374.065	23
UK	26.848	3	65.055	4
España	45.765	5	130.110	8
Francia	16.904	2	48.791	3
Italia	12.970	1	32.527	2
Alemania	23.453	3	81.318	5
Holanda	10.067	1	16.264	1
Mercados 2H	24.692	3	48.791	3
Venezuela	21.110	2	44.041	3
Panamá	3.582	0	4.750	0
Otros mercados	98.062	10	65.055	4
Otros mercados a Ecuador	98.062	10	65.055	4
Total	937.000	100	1.626.370	100

Tabla 1. Llegada de turistas al Ecuador

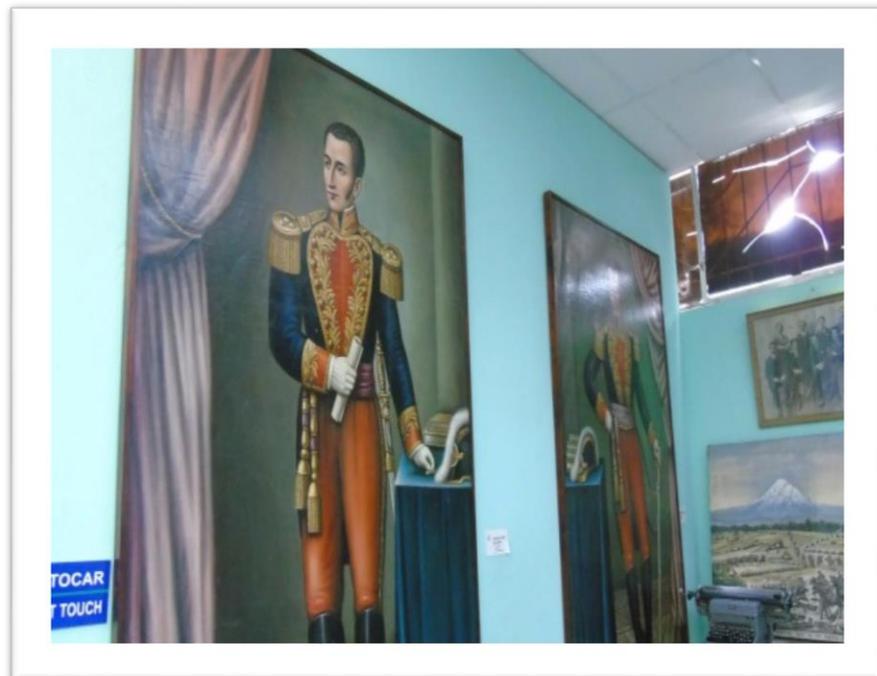
Fuente: Investigación aplicada

Elaboración: Karen Solano

Anexo No. 6

MUSEO MUNICIPAL DE GUANO





**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**



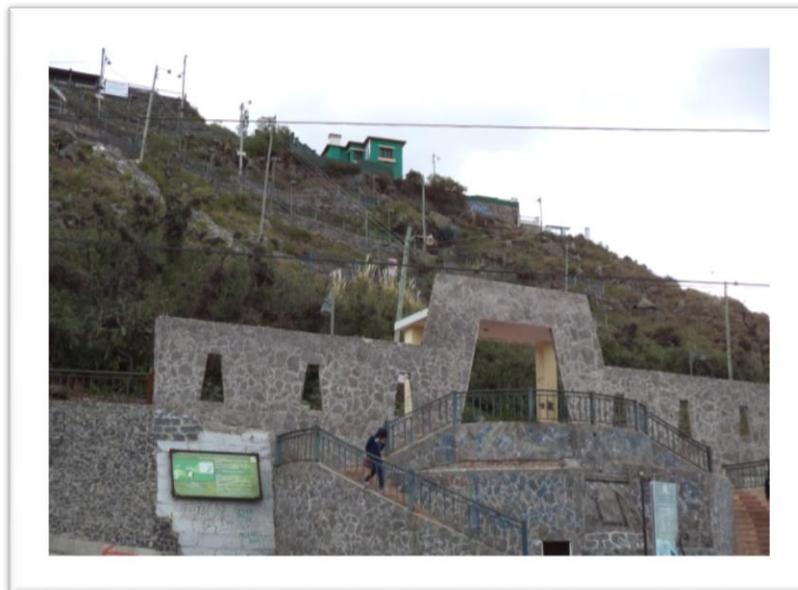
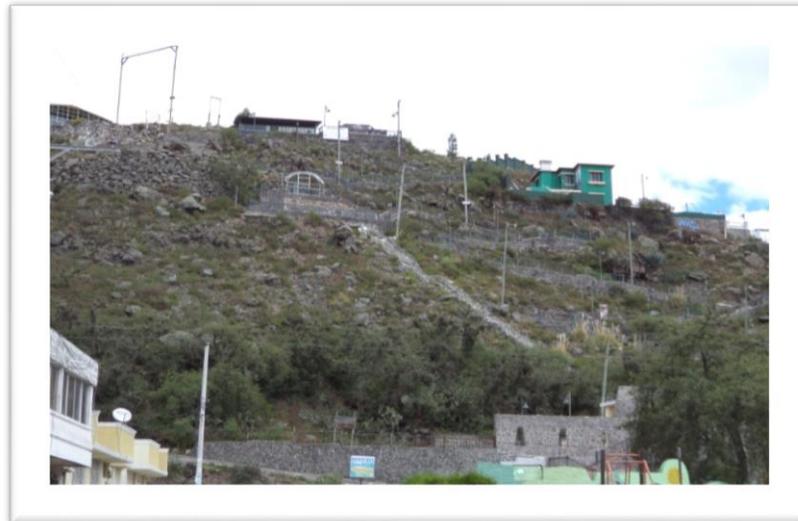
**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**



**PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING CON LA FINALIDAD DE DAR A
CONOCER LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL CANTON GUANO -
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

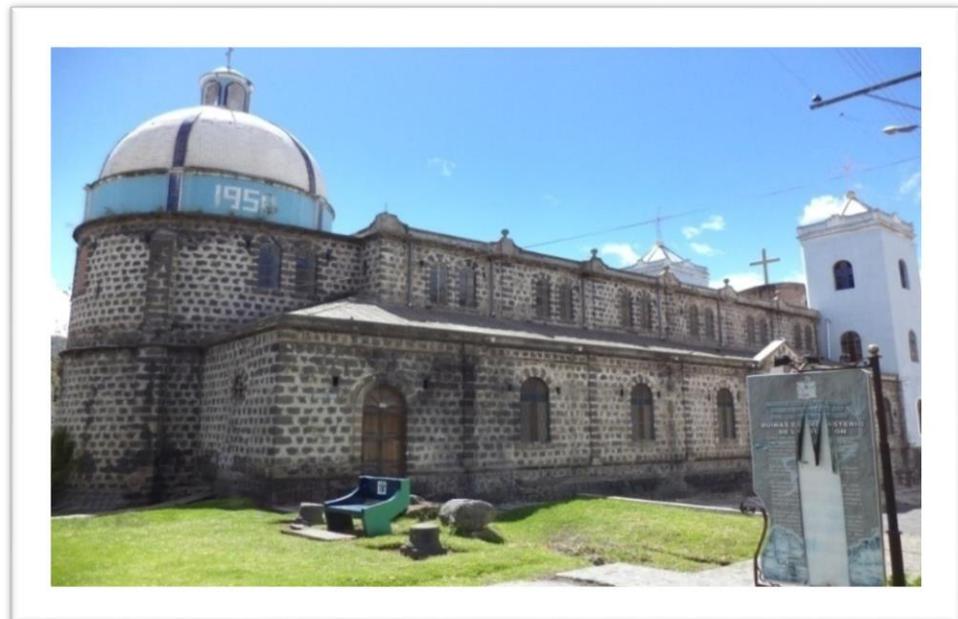
Anexo No. 7

COLINA DE LLUISHIG



Anexo No. 8

RUINAS DEL MONASTERIO DE LA ASUNCION



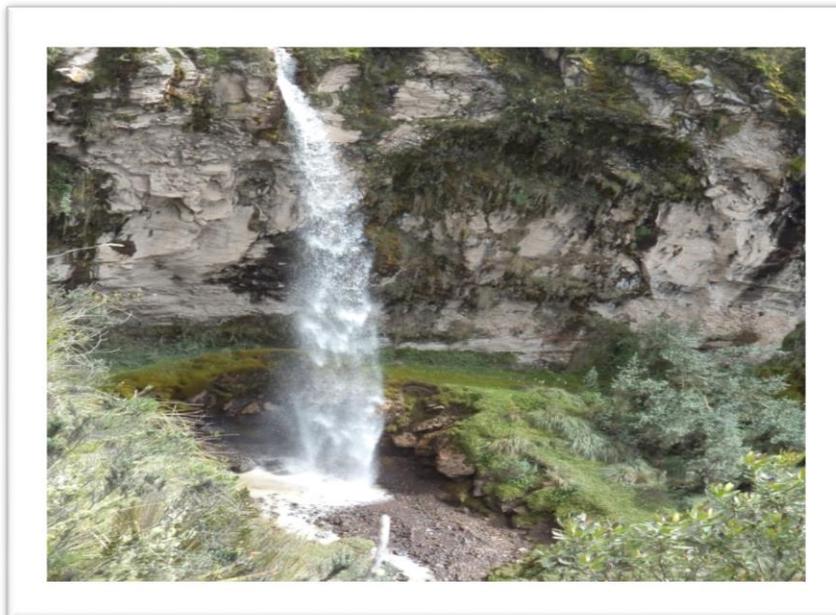
Anexo No. 9

NEVADO CHIMBORAZO



Anexo No. 10

LA CASCADA VELO DE NOVIA (CONDOR SAMANA)



Anexo No. 11

CUMBRES DEL NUDO DEL IGUALATA



Anexo No. 12

CUEVA DEL REY PEPINO



Anexo No. 13

MINAS DEL CHIMBORAZO



Anexo No. 14

MIRADOR LOS ARRAYANES



Anexo No. 15

PLAYAS DEL RIO CHAMBO



Anexo No. 16

LAGUNA VALLE HERMOSO



Anexo No. 17

PARQUE ACUÁTICO LOS ELENES



Anexo No. 18

GASTRONOMIA DEL CANTON GUANO



Anexo No. 19

ARTESANIAS

TEJIDO DE ALFOMBRAS



ROPA DE CUERO



TALLADO EN PIEDRA



9.0 Referencias Bibliográficas

Agencia Pública de Noticias del Ecuador. (12 de agosto de 2013). *www.andes.info.ec*.

Recuperado el 13 de mayo de 2014, de *www.andes.info.ec*:
<http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa-turismo/5243.html>

Equipo Técnico ESPOCH

Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Mexico: Pearson.

Erdellan, C. (2012). Estrategia para el portafolio de productos. En R. Sciarroni, *Marketing y Competitividad* (págs. 319 - 330). Buenos Aires: Pearson.

Instituto de Formación y Estudios Sociales (IFES), A. A. (2012). *MARKETING Y PUBLICIDAD*. QUITO: HANDMADE.

Instituto de Formación y Estudios Sociales. (2012). *MARKETING Y PUBLICIDAD*. QUITO: HANDMADE.

Klothler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos De Marketing, 8va. Edición*. Pearson Prentice Hall .

Kotler, P. (2011). *Dirección de Marketing*. Mexico DF: Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, K. (2008). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Mexico: Prentice Hall.

Ministerio de Turismo, MINTUR. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Quito: Tourism & Leisure Advisory Services (T&L).

Muñiz, R. (2009). *Marketing en el siglo XXI*.

Ordoñez, F. (2010). *Diseño de un producto turístico en el cantón Guano*. Riobamba:

ESPOCH.

Toapanta, A. (2012). *Tendencias de deportes de aventura que puedan ser implementadas en el cantón Guano*. Quito: UCT.

Vergara, M. (2014). *Turismo una actividad en expansión*. Quito: IDE.

Villacres, C., & Paredes, D. (2014). *Campaña comunicativa para fomentar el turismo en el cantón Guano*. Quito: UPS.