



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TEMA:

**Análisis sobre las estrategias de marketing turístico en el Cantón
Pallatanga**

AUTORA

Loor Holguín Mariuxi Yazmín

**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención
del grado de Ingeniería en Marketing.**

REVISORA

Rojas Dávila Ruth Sabrina, Ing

Guayaquil, Ecuador

4 de Febrero del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Loor Holguín Mariuxi Yazmín**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniería en Marketing**.

REVISORA

f. _____
Rojas Dávila Ruth Sabrina, Ing

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.

Guayaquil, a los 4 días del mes de febrero del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **LOOR HOLGUIN MARIUXI YAZMÍN**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo, Análisis sobre las estrategias de marketing turístico en el Cantón Pallatanga**, , previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 4 del mes de febrero del año 2020

LA AUTORA

f. _____
Loor Holguin Mariuxi Yazmín



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **Loor Holguín Mariuxi Yazmín**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo, Análisis sobre las estrategias de marketing turístico en el Cantón Pallatanga**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 4 del mes de febrero del año 2020

LA AUTORA

f. _____
Loor Holguín Mariuxi Yazmín



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE MARKETING**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Rojas Dávila Ruth Sabrina, Ing

REVISORA

f. _____

Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Jaime Moisés Samaniego López, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

URKUND

Documento: [Ensayo Mariuxi Loor.docx](#) (D62776799)

Presentado: 2020-01-21 12:46 (-05:00)

Presentado por: sabri_rojas78@hotmail.com

Recibido: sabrina.rojas.ucsp@analisis.urkund.com

0% de estas 19 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques Ruth Sabrina Rojas Dávila (sabrina.rojas)

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	CARRION LOPEZ ANDRES ERNESTO AVANCE 50% docx
	TT Valdez Pérez Judith.docx
	Tesis Margeory Montenegro 28082018.docx
	T.T. Alava-Viteri.docx
	https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11764/1/T-ESPE-053121.pdf
	PT Chiipe Valencia-Errea Vega.docx

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

64% # 9 Activo

Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / PT Chiipe Valencia-Errea... 64%

el cantón Colta; al sur, el cantón Alausi; por el este el cantón Guamote; y el oeste encontramos al Río Chimbo que lo separa de Chillas Provincia de Bolívar (ver anexo 1).

Los linderos según la Municipalidad de Pallatanga son los siguientes:

AL NORTE - Desde la confluencia de los ríos Chimbo y Pindorota, el curso del Río Pindorota, aguas arriba, hasta la confluencia de sus ríos formadores, los Ríos Pangor y Panza, el Río Panza, aguas arriba hasta la confluencia de sus Quebradas formadoras, las Quebradas Rejas, aguas arriba hasta la confluencia con la Quebrada Cóndor Pacha, aguas arriba Quitza y Rejas; la Quebrada Rejas, aguas arriba hasta la confluencia con la Quebrada Cóndor Pacha, aguas arriba, hasta la confluencia de sus Quebradas formadoras, las Quebradas de Quitza y Sin nombre; de esta confluencia la línea de cumbre al este, hasta alcanzar la cima de la Loma Garza Huafuna y sus (sic) extensión por el Divisor hacia el Este, que pasa por el sitio Tapapungu hasta su unión orográfica, con el Divisor en el sitio Lalagusu.

AL SUR - El Río maguado, aguas abajo, que luego toma el nombre de Río Citado, hasta su confluencia con el Río Chimbo AL ESTE - De esta unión orográfica, el divisor hacia el Sur que pasa por la cumbre de las Lomas Llulluchapungu, Tulapac, Quirohuaisana, Picha, Rumpungu y Alpachaca, Cerro Conguchurcu, Lomas Cobo y Galte Jatunloma; de la Loma Galte Jatunloma; la línea imaginaria al Sur, hasta un punto de la vía que hacia el Suroeste conduce a la localidad Tacón; de la mencionada Vía la línea imaginaria al Oeste hasta alcanzar el curso de la Quebrada Quichuayacu, a la altura longitudinal aproximada de las nacientes de la Quebrada Chacarro, la Quebrada Quichuayacu, aguas abajo hasta su confluencia con las Quebradas Playa y Carbonería, formadoras del Río Manara.

Agradecimiento

Agradecida infinitamente con Dios porque con él todo es posible, a mi esposo porque he contado con su apoyo incondicionalmente, el que me motiva que cumpla todos mis sueños, y me aconseja que nunca es tarde para lograr mis objetivos, gracias esposo mío.

A mis hijos Martín y Matheo, porque son mi mayor motivación, familiares, amigos y tutores cada uno me han guiado para que mi sueño al fin lo realice, gracias por el apoyo absoluto.

Dedicado en la memoria de mi madre Eduviges Holguín.

ÍNDICE

RESUMEN (ABSTRACT)	x
MARCO TEORICO	2
ANALISIS SITUACIONAL ESTRATEGICO	6
ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING	17
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	36

ÍNDICES DE TABLAS

Tabla A1	Datos Históricos del clima de Pallatanga.....	13
Tabla A2	Detalle de Transporte Interprovincial.....	14
Tabla A3	Cuadro de servicios Básicos Pallatanga.....	15
Tabla A4	Clasificación del Turismo según el motivo de viaje.....	18
Tabla A5	Principales Establecimientos Culinarios Del Cantón Pallatanga.....	20
Tabla A6	Características de las rutas a las cascadas.....	21
Tabla A7	Calendario de lluvias de estrellas de 2020.....	23
Tabla A8	Disponibilidad de producto turístico.....	28
Tabla A9	Establecimiento turístico del Cantón Pallatanga.....	30
Tabla A10	Disponibilidad de producto turístico.....	33

ÍNDICES DE FÍGURAS

Figura C1.	Ubicación de la provincia de Chimborazo.....	2
Figura C2.	Mapa político provincia de Chimborazo.....	3
Figura C3.	Parque Acuático de Pallatanga.....	6
Figura C4.	Trekking.....	24
Figura C5.	Puente Cornelio Dávalos “Salsipuedes”.....	25
Figura C6.	Rappelling.....	25
Figura C7.	Canopy.....	26
Figura C8.	Agroturismo.....	27

RESUMEN (ABSTRACT)

El cantón Pallatanga por su localización subtropical cuenta con una geografía favorable para el desarrollo del turismo vacacional, especializado y de afinidad, ubicado a tan solo 90 Km de Riobamba y 135 Km de Guayaquil, no ha podido explotar este potencial turístico que posee, convirtiéndose solamente en un lugar de paso para alimentarse; el objetivo primordial de este trabajo será identificar los factores sociales, económicos, culturales y demográficos que han impedido este desarrollo para establecer las directrices para atender eficientemente la demanda turística local e internacional que se genera anualmente. Como objetivo secundario determinar los distintos atractivos turísticos con los cuenta la región, la infraestructura del cantón destinada a este fin, así como los prestadores de servicios que operan habitualmente; como propósito final promover y generar alianzas estratégicas entre el sector privado que brinda este tipo de servicios con el Gobierno Autónomo Descentralizado para generar estrategias promocionales que posicionen a Pallatanga como una alternativa turística para las grandes ciudades aledañas.

Palabras Claves: Marketing Turístico, Turismo Vacacional, Turismo Especializado, Turismo de afinidad, Pallatanga.

MARCO TEORICO

El cantón Pallatanga se encuentra ubicado en Ecuador, específicamente al sur occidente de la provincia de Chimborazo, su extensión territorial es 377 Km² que representa el 5,96% de la superficie provincial, este cantón no cuenta con parroquias rurales, únicamente tiene la cabecera cantonal que lleva su mismo nombre, tiene 64 comunidades propietarias de páramos y 24 barrios urbanos (GAD Pallatanga, 2020)

Pallatanga es un lugar con un enorme potencial turístico que hasta la fecha no ha sido explotada en su totalidad por muchas razones, siendo las más representativas la falta de una adecuada promoción turística y de políticas gubernamentales locales que incentiven esta actividad, actualmente cuenta con una modesta infraestructura turística para recibir a todo tipo de visitantes nacionales e internacionales.



Figura C1. Ubicación de la provincia de Chimborazo

Nota: Tomado de "Mapamundi Online", 2020

(<https://mapamundi.online/wp-content/uploads/2018/11/mapa-politico-ecuador.jpg>).



Figura C2. Mapa político provincia de Chimborazo
 Nota: Tomado de "Repositorio digital Universidad Central del Ecuador", 2020
 (www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2261).

La contribución que hace el turismo a la economía local o global es importante, se estima un crecimiento anual del 4% en el producto interno bruto mundial, sobrepasando a otros sectores económicos, lamentablemente las emisiones globales de carbono no están totalmente cuantificadas, un estudio realizado entre 160 contabilizando el flujo de carbono que genera el turismo entre ellos, determino que entre el 2009 y 2013 la huella de carbono mundial se incrementó de 3,9 a 4,5 GtCO₂e, cuatro veces más de lo proyectado, representando un ocho por ciento de las emisiones mundiales de gases de invernadero (Manfred, y otros, 2018)

Es indiscutible el aporte al sector económico de cualquier región que genera el turismo, pero también es importante considerar el impacto que este tiene en su entorno, más aun considerando que las nuevas tendencias de consumo tanto de bienes como en servicios están enfocados en generar la menor huella de carbono posible (Olivera, 2014), en el sector turístico no es la excepción; dentro de este contexto, el potencial para el turismo vacacional, especializado y de afinidad (Moreno & Coromoto, 2011) que ofrece el Cantón Pallatanga, conocido como la Eterna Primavera tiene una gran proyección que no ha sido explotada completamente, muchos de los atractivos naturales que tiene la zona son desconocidos para los turistas que viajan con destino a las ciudades de la sierra central, por otra parte la poca difusión de los mismos ha dado como consecuencia la ausencia dentro de las posibles opciones turísticas en época de feriados turístico.

La observación de campo realizada en los distintos puntos de venta de alimentos, así como las encuestas realizadas a varios comensales determino que un 61,5% de los encuestados no viaja frecuentemente a la sierra central, también determino que el 70% de los viajes fueron de placer; mientras que el sector más visitado de la sierra central es Riobamba con un 47,1% seguido de Baños con 29,4%; de las personas que han visitado la el sector solamente el 33,7% se ha hospedado en Pallatanga, de este porcentaje el 50% lo ha hecho por turismo, el 37,5 % de tránsito, y el 12,5 % por trabajo; de todos los encuestados el 88,5% considera a Pallatanga como destino turístico y el 84,5% no haber recibido ninguna información turística sobre el cantón. Pallatanga está considerada dentro del proyecto: Corredor De Turismo Sostenible que busca fomentar esta actividad en los cantones vinculados

como fuente de desarrollo local mediante la creación de corredores turísticos, el corredor que conforman los cantones Pallatanga y Cumanda se denomina “Paraíso Subtropical” y consta de cuatro rutas por cantón, el referente a Pallatanga la conforman las rutas ecológicas de: Trígoloma, Yahuarcocha, Santa Ana y San Jorge Bajo (Anangonó, y otros, 2017)

El análisis del corredor Paraíso Subtropical determino se ha invertido en planes programas y proyectos de promoción turística, infraestructura, capacitación, señalética e implementación del centro de información turística. desde el 2011 al 2015 USD\$511.328,06 el 48,89% de esta inversión pertenece a la prefectura, el 44,98 al municipio del cantón y el 6,13 entre el Ministerio de Turismo del Ecuador y Cooperación internacional de España (Anangonó, y otros, 2017); la observación de campo determino que durante ese período no se ejecutó lo señalado en el informe, actualmente ninguno de los atractivos turísticos especificados cuenta con la señalética respectiva ni los servicios básicos mínimos a disposición de los turistas, se ha construido poca infraestructura que promueva esta actividad, que según algunos especialistas de la construcción consultados carecen de identidad y no se diferenciación de los existentes en los cantones aledaños más cercanos a Guayaquil, mencionan que estas construcciones han sido muy invasivas con el medio ambiente dando como resultado edificaciones que por la poca concurrencia terminan abandonados, ya sea porque no se hizo el análisis de mercado correcto o por que la construcción no llena las expectativas de los usuarios, un ejemplo de esto es el nuevo parque acuático de Pallatanga inaugurado oficialmente el 11 de diciembre del 2019, actualmente con muy poca concurrencia de público en el tiempo que lleva operando, ni ningún plan

promocional del mismo, con una inversión de USD\$ 2.400.000,00 también es importante considerar la poca promoción que hacen los distintos hoteles y servicios que se enfocan en brindar exclusivamente la atención de hospedaje y recreación en su mismo establecimiento.



Figura C3. Parque Acuático de Pallatanga
Nota: Tomado de "GAD Municipal Pallatanga", 2020
(https://www.facebook.com/pg/gadmunicipalpallatanga/photos/?ref=page_internal).

ANALISIS SITUACIONAL ESTRATEGICO

Pallatanga se encuentra ubicado en las coordenadas $1^{\circ}59'00''S78^{\circ}57'00''O$, a 135 km de la ciudad de Guayaquil, aproximadamente a dos horas y cuarto de recorrido en bus (Distancias Entre, 2020), la historia del cantón se remonta a las culturas Panzalea, Lausí, Cañarí y Yaguachi cuyo testimonio se evidencia en el pucará de San Nicolás y en las Tolas de Los Llanos, durante el período incaico Pallatanga estuvo conectado con Túpac Yupanqui y Huayna Cápac, su ruta también sirvió de ayuda a los conquistadores que huían de Rumiñahui y a Sebastián de Benalcázar en su conquista del territorio; en la época colonial se destacó por la producción de quinua que se exportaba al viejo continente, así como él envió de oro y plata

que se extraía de sus minas muy conocidas en aquella época. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga, 2020)

Los colonizadores también implantaron la producción de caña y de sus derivados mediante la implementación de los primeros ingenios de azúcar del país que constituyó una actividad económica importante para el cantón hasta los años 70, Pallatanga fue cantonizada oficialmente el 13 de Mayo 1986, según registro oficial No 434 pero su historia se remonta desde su fundación la cual siempre a estado cargada una rica herencia cultural que se ha mantenido hasta la actualidad (GAD Pallatanga, 2020)

Dentro del contexto de este análisis es importante incorporar las distintas herramientas estratégicas que existen y facilitan el análisis en diferentes etapas del proceso de planificación (Estrada Bárcenas & García Pérez de Lema, 2010), la herramientas estratégicas que usaremos para este estudio serán el análisis PESTA, las 5 fuerzas de Porter y por último el Marketing Mix o las 4 P del marketing.

1. Análisis PESTA:

a. Político

El código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización en el artículo 54 donde especifica las funciones que los gobiernos autónomos descentralizados municipales deben cumplir dentro de su ámbito, en el literal “g” especifica que es responsabilidad de los gobiernos seccionales de “regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la

creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo (COOTAD, 2010); de igual manera el artículo 64 dispone “Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados (COOTAD, 2010) y en el artículo 135 se determina que “el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno” (COOTAD, 2010), mientras que el artículo 144 establece que “los gobiernos autónomos descentralizados provinciales podrán hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia de turismo en el marco del fomento productivo” (COOTAD, 2010) y por último el artículo 498 trata sobre los estímulos tributarios. “con la finalidad de estimular el desarrollo del turismo, la construcción, la industria, el comercio u otras actividades productivas, culturales, educativas, deportivas, de beneficencia, así como las que protejan y defiendan el medio ambiente, los concejos cantonales o metropolitanos podrán, mediante ordenanza, disminuir hasta en un cincuenta por ciento los valores que corresponda cancelar a los diferentes sujetos pasivos de los tributos establecidos” por ley (COOTAD, 2010).

b. Económico

La principal ocupación en la actualidad según los datos del censo (INEC 2010) es la agropecuaria puesto que de los 11,544 habitantes el 62,02% de la población económicamente activa se dedica a esta actividad, aunque el suelo de este sector posee una gran actitud para bosque y no para la actividad agrícola, puesto que tan solo el 5,78% de su superficie es apta para cultivos y de este pequeño porcentaje 2,17% tiene limitaciones (MAGAP, 2020) dando como resultado baja rentabilidad en las labores agropecuarias y este impacto económico a su vez genera otros problemas como: emigración, desempleo, analfabetismo, deforestación, etc.

c. Social

Pallatanga posee una población de 11,544 habitantes, de los cuales 3813 viven en la zona urbana y 7731 lo hacen en la zona rural, tiene un decrecimiento poblacional del 0,75% debido a la migración por distintas causas, 6291 personas conforman su población económicamente activa (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

d. Tecnológico

Respecto a este punto actualmente el cantón tiene acceso a internet a través del servicio domiciliario y de la red celular las operadoras que prestan los servicios en el país.

e. Ambiental

El cantón Pallatanga perteneciente a la provincia de Chimborazo, cuenta geográficamente con una extensión aproximadamente de 377 kilómetros cuadrados, a una altura de 1520 metros sobre el nivel del mar, sus límites políticos son: al norte con el Cantón Colta; al sur Cantón Alausí; este el cantón Guamote; y el oeste encontramos al Río Chimbo que lo separa de Chillanes Provincia de Bolívar .

Los linderos según la Municipalidad de Pallatanga son los siguientes:

AL NORTE.- Desde la confluencia de los ríos Chimbo y Pindorota, el curso del Río Pindorota, aguas arriba, hasta la confluencia de sus ríos formadores, los Ríos Pangor y Panza; el Río Panza, aguas arriba hasta la confluencia de sus Quebradas formadoras, las Quebradas Rejas, aguas arriba hasta la confluencia con la Quebrada Cóndor Pacha, aguas arriba Quitza y Rejas; la Quebrada Rejas, aguas arriba hasta la confluencia con la Quebrada Cóndor Pacha, aguas arriba, hasta la confluencia de sus Quebradas formadoras, las Quebradas de Quitza y Sin nombre; de esta confluencia la línea de cumbre al este, hasta alcanzar la cima de la Loma Garza Huañuna y sus (sic) extensión por el Divisor hacia el Este, que pasa por el sitio Tapapungu hasta su unión orográfica, con el Divisor en el sitio Lalagusu.

AL SUR. - El Río maguado, aguas abajo, que luego toma el nombre de Río Citado, hasta su confluencia con el Río Chimbo

AL ESTE. - De esta unión orográfica, el divisor hacia el Sur que pasa por la cumbre de las Lomas Llulluchapungu, Tulapac, Quirohuaisana. Picha, Rumipungu y Alpachaca, Cerro Conguchurcu , Lomas Cobo y Galte Jatunloma; de la Loma Galte Jatunloma; la línea imaginaria al Sur, hasta un punto de la vía que hacia el Suroeste conduce a la localidad Tacón; de la mencionada Vía la línea imaginaria al Oeste hasta alcanzar el curso de la Quebrada Quichuaryacu, a la altura longitudinal aproximada de las nacientes de la Quebrada Chacarro, la Quebrada Quichuaryacu, aguas abajo hasta su confluencia con las Quebradas Playa y Carbonería, formadoras del Río Maguaso.

AL OESTE. - El curso del Río Chimbo, aguas arriba, hasta su confluencia con el Río Pindorata.

“En su cabecera cantonal del mismo nombre, se registran 1520 metros sobre el nivel del mar, hacia el Sur sus terrenos son de menor altitud y por consiguiente más abrigados y hacia sus otros puntos cardinales se registran mayor altura y menor temperatura, llegando hasta los Páramos de Chalusí y Bushcud”(GAD Pallatanga, 2020).

Por el contrario a la actividad agropecuaria, la actividad turística tiene mucho potencial por las condiciones geográficas que benefician enormemente a este sector; por mucho tiempo se la

conoció como “La Eterna Primavera”, el gobierno local anterior impulso una campaña turística con el slogan: “El Mejor Clima del Mundo” sin mucha incidencia para la actividad; la biodiversidad que posee este lugar por su ubicación es un recurso que debe ser aprovechado al máximo; en la cabecera cantonal donde está su principal infraestructura y el 33.03% de su población (INEC2010) posee un clima subtropical con un promedio de 18°C mientras que en algunas zonas rurales podemos encontrarnos con los paisajes espectaculares de nuestros paramos con una temperatura de 8°C.

La climatología de Pallatanga está marcada por sus dos estaciones anuales invierno y verano muy similares al ciclo de la costa ecuatoriana, su clima cálido y templado privilegiado por su ubicación geográfica con una temperatura promedio de 18°C a diferencia del litoral ecuatoriano en la época seca cuenta con pequeñas precipitaciones eventuales como se aprecia en la tabla adjunta, según la clasificación climática de Köppen su clima se considera Cfb, según Climate Data Org. el mes de mayor precipitación es marzo con 277mm mientras que el más seco agosto con tan solo 34mm, así también estadísticamente el mes más frío es julio con 17.7 °C y el más cálido abril con 18,8 ° C, en la tabla adjunta podemos apreciar una fluctuación de temperaturas que van en promedio desde los 13 °C hasta los 23°C (Data.org, 2020)

Tabla A1

Datos Históricos del clima de Pallatanga

Meses del año	Temperatura mínima °C	Temperatura media °C	Temperatura máxima °C	Precipitación mm
Enero	14.1	18.1	22.2	165
Febrero	14.3	18.4	22.5	202
Marzo	14.2	18.4	22.6	227
Abril	14.2	18.5	22.9	217
Mayo	13.9	18.5	23.1	117
Junio	13.1	18	22.9	70
Julio	12.4	17.7	23	39
Agosto	12.3	17.8	23.4	34
Septiembre	12.6	18.1	23.7	51
Octubre	12.9	18.3	23.7	53
Noviembre	12.9	18.4	23.9	46
Diciembre	13.3	18.2	23.2	103
Promedio	13.35	18.2	23.09	110

La vía de acceso desde Riobamba es la Panamericana o ruta E35 hasta el cantón Colta, para tomar la vía 487 y llegar a Pallatanga, desde Guayaquil la ruta es la E40 hasta el cantón El Triunfo para tomar nuevamente la ruta 487, siendo estas dos ciudades en mención el nexo del cantón Pallatanga para las demás regiones del Ecuador, existen vías de segundo orden que conectan al cantón con sus similares aledaños, pero tienen muy poco uso por las condiciones de las mismas, en la tabla A2 adjunta podemos apreciar detalles de los costos de trasportación con el servicio público existente.

Tabla A2

Detalle de Transporte Interprovincial

Origen	Tiempo de viaje	Distancia de recorrido	Costo de transporte Interprovincial
Quito	04:25	309km	\$10.00
Guayaquil	02:11	107km	\$5.00
Ambato	02:48	92 km	\$4.00
Riobamba	01:30	50 km	\$2.50

En lo referente a los servicios básicos enfocados al turismo, esta región cuenta con los servicios básicos fundamentales al servicio del turista (ver tabla A3), dentro de este contexto cabe destacar el sistema de recolección de sólidos (basura) que recoge los desechos reciclados y clasificados por los habitantes para comercializar todos los reutilizables y desechar solo los residuos orgánicos, generan un ingreso de divisas para el gobierno local, en lo referente a salud existe un subcentro de salud perteneciente al Ministerio de Salud del Ecuador y varios médicos particulares al servicio de la población.

Tabla A3

Cuadro de servicios Básicos Pallatanga

SERVICIO BASICO	OPERATIVO
El sistema de abastecimiento de agua potable	SI
El sistema de alcantarillado de aguas servidas	SI
El sistema de desagüe de aguas pluviales	SI
El sistema de vías	SI
El sistema de alumbrado público	SI
La red de distribución de energía eléctrica	SI
El servicio de recolección de residuos sólidos	SI
El servicio de Gas	SI
El servicio de la seguridad pública	SI
Servicio de asistencia médica	SI
Establecimientos educativos	SI
Cobertura celular	SI
Internet	SI
El servicio de transporte	SI
El sistema de abastos	SI

2. Fuerzas de Porter:

a. Amenazas con sustitutos.

Pallatanga dentro del contexto que oferta, tiene la amenaza del desarrollo de ofertas sustitutas en los cantones de Huigra a 129 Kilómetros de distancia y una hora 49 minutos de recorrido y Balsapamba a 126 Kilómetros de distancia y dos horas 17 minutos de traslado (Distancias Entre, 2020), la ventaja que posee el cantón sobre los sustitutos es la vía de acceso que está en mejores condiciones.

b. Rivalidad existente.

Al no estar desarrollado completamente el aspecto turístico del cantón, no se podría determinar una rivalidad real, sin embargo la oferta de Pallatanga está destinada a captar el mercado de turismo especializado que visita Baños en la misma ruta.

c. Amenaza con nuevos entrantes.

En los cantones Bucay y Cumanda se oferta turismo vacacional y especializado, el desarrollo de esta actividad a mayor escala sería una amenaza para el proyecto de promoción turística de Pallatanga, sin embargo el cantón tiene otro tipo de recursos que puede ofertar a diferencia de los que tienen en común con los cantones en mención en este punto.

d. Negociación con proveedores

La negociación que obtenga tanto el sector privado como el público con los distintos proveedores será de vital importancia para el desarrollo del proyecto, en especial con los proveedores de turismo especializado que requiere de una gran experiencia y equipos especiales para el desarrollo de algunas actividades.

e. Negociación con clientes.

Otra factor clave es la captación de clientes mediante una oferta adecuada, actualmente se puede conseguir en cantones como Bucay y Cumanda ofertas de turismo vacacional similares a menor distancia y por otro lado ofertas de turismo especializado en Baños al doble de distancia y el triple de distancia y recorrido: 294 Kilómetros y cinco horas y 28 minutos (Distancias Entre,

2020), el éxito de esta negociación dependerá de presentar a los clientes una propuesta única que ofrezca todas alternativas que brindan los cantones mencionados en este punto

ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

El desarrollo vertiginoso de la tecnología en general, en especial a la relacionada a la tecnología de la información (TIC's) han modificado los hábitos y las tendencias de consumo (MacFarlan, 1985) dando el acceso en conjunto con la globalización a cualquier información o servicio que se desee obtener a nivel mundial, para el sector turístico esta no es la excepción, actualmente se ven a los países y sus ciudades como productos promocionables a nivel local e internacional para tratar de atraer la mayor cantidad de turistas y de inversión para este segmento, por tal motivo las estrategias de marketing están encaminadas a posicionar a sus regiones como destino turístico atractivo y a su vez brindar experiencias innovadoras que cumplan con las expectativas del turística logrando de esta manera la fidelización del cliente y garantizando el retorno de viajero a la misma región, dinamizando la economía local en todos los aspectos. (Ortiz & Rodriguez, 2018)

a. Producto

Por sus características climáticas, hidrográficas y orográficas este pequeño lugar del Ecuador tiene mucho que ofrecer en el aspecto turístico, se pueden realizar varios tipos de turismo según el motivo del viaje (Moreno & Coromoto, 2011), los mismos que detallan en la tabla a continuación

Tabla A4

Clasificación del Turismo según el motivo de viaje

Turismo Vacacional	Turismo de sol y playa
	Turismo de Montaña
Turismo Especializado	Turismo de Aventura
	Turismo Científico
	Turismo de naturaleza
	Agroturismo
Turismo de Afinidad	Turismo de Salud
	Turismo Deportivo
	Turismo de Negocios
	Turismo Religioso
	Turismo estudiantil
	Turismo de Congreso y Convenciones
	Turismo Gastronómico
Turismo de familiares y amigos	

Los productos turísticos propuestos para mejorarlos y desarrollarlos en Pallatanga se detallan a continuación:

- Turismo Vacacional. - Su clima acogedor y las diferentes opciones de hospedaje propician este tipo de actividad.
- Turismo de naturaleza. - Existen hosterías que ofrecen la opción de camping para los amantes de esta forma de turismo, así como una gran variedad de cascadas y paisajes naturales ideales para practicar senderismo.
- Turismo de aventura. - Las condiciones geográficas permiten practicar muchos deportes extremos como: Bungee Jumping, rappelling, parapente, canyoning, canopy, downhill, etc.

- Agroturismo. - Las labores cotidianas que se realizan en este sector como la cosecha de los granos (trilla), elaboración de panela, ordeño de leche, etc; pueden ser una buena actividad turística para explotar.
- Turismo Religioso. - La conmemoración en las cuales entra el aspecto religioso como la Semana Santa, Todos los Santos, Navidad, etc; son otro aspecto que muchos turistas pueden encontrar atractivo.
- Turismo Gastronómico. - Después del reconocimiento que tiene Pallatanga sobre su clima, viene el de su fritada, pero además de este exquisito plato este sector tiene una gran riqueza gastronómica que no es explotada turísticamente.

Otro de los principales atractivos turísticos que posee Pallatanga es su variada gastronomía cargada de una rica herencia ancestral con platos autóctonos que solo se preparan en su región, esta variedad culinaria ha convertido al cantón en una parada obligatoria para los viajeros de paso, motivo por el cual la ruta 487 que atraviesa esta región está llena de distintos puntos de venta de comida que satisfacen las necesidades de los comensales de turno, lamentablemente estos locales en su gran mayoría no cuentan con las condiciones óptimas para brindar un buen servicio, primordial en este tipo de actividad. Al igual que el tema de hospedaje aún falta mucho por desarrollar en este aspecto, existiendo actualmente pocas alternativas como se detalla en la tabla A5 adjunta; parte integral de esta propuesta es promover la inversión en este segmento alineada dentro de un concepto ecológico de infraestructura

que brinde un servicio de calidad para cualquier tipo de turista que visite el sector.

Tabla A5

Principales Establecimientos Culinarios del Cantón Pallatanga

Establecimiento	Tipo de servicio	Dirección
Di Carlo	Restaurante	Barrio el Ingenio, vía Panamericana
Restaurant Milliguayco	Restaurante	Hostería Milliguayco
Le Coque	Cafetería	10 de Agosto y Mariscal Sucre

Esta región geográfica posee una variedad de recursos naturales que son propicios para el desarrollo de turismo de naturaleza, empezando por su clima primaveral favorable para el turismo de descanso, así como su geografía con su flora y fauna ideal para los amantes de la naturaleza, para los más aventureros existen varias alternativas como el senderismo a las distintas cascadas (ver tabla A6), la práctica de rapel y Bungee Jumping en el puente Salsipuedes, visitar los puntos arqueológicos como el pucará de San Nicolás o las Tolas de Los Llanos, acampar en sus muchas montañas para avistar las lluvias de estrellas, en especial las eta acuáridas desde el 20 de abril al 20 de mayo. Su tierra fértil utilizada para la agricultura y ganadería es ideal para el desarrollo de turismo cultural donde se puede apreciar la cosecha de granos por el método ancestral de la trilla, en la cabecera cantonal, tenemos el Parque Ecológico, el Parque acuático y su

mirador turístico en el cerro de Yanayuyu, otro atractivo turístico durante las distintas fiestas religiosas, en especial la Semana Santa es observar las tradiciones religiosas que aún se mantienen.

Tabla A6

Características de las rutas a las cascadas

Sendero	Accesibilidad	Tiempo	Distancia	Dificultad	Altitud
San Jorge Bajo	Vía asfaltada y lastrada	03:00	340m	Media	1107 msnm
Guangashi-La Tigrera	Vía asfaltada y lastrada	02:00	705m	Media	1526msnm
Chasazal	Vía asfaltada y lastrada	01:00	348m	Media	1390msnm
Santa Ana	Vía hormigoneada y lastrada	02:00	1200m	Moderada	1908msnm
San Carlos	Vía hormigoneada y lastrada	02:00	1200m	Moderada	1965msnm

Según los tipos de turismo detallados anteriormente, se recomiendan promocionar los servicios enumerados en este segmento, cabe recalcar que para muchos de estos modelos de turismo aún no existe la infraestructura adecuada y el gobierno local deberá desarrollarla según su presupuesto anual:

- Turismo vacacional

También conocido como turismo de descanso es el servicio que mayor demanda tiene actualmente, a excepción de los otros tipos de turismo mencionados en este análisis que poco o nada han sido promocionados, esto se debe a que es el más solicitado y promocionado mediante las hosterías especificadas en la tabla A9.

- Turismo de naturaleza.

Esta clase de turismo es la que más potencial tiene por las condiciones geográficas del sector, las actividades recomendadas para este segmento son:

Senderismo. - también conocido como excursionismo a pie, son caminatas que se desarrollan por caminos con un grado de dificultad bajo, es un mix de actividad deportiva y turismo sencilla que no requiere de equipo adicional y es accesible para todos los segmentos de la población. (senderismo.net, 2019), en la actualidad los senderos no están señalizados ni existen guías especializados para esta actividad.

Camping. - Esta es otra actividad con mucho potencial dentro de este tipo de turismo, si se acampa en las partes altas de las montañas se puede apreciar las lluvias de estrellas presentes durante todo el año (ver tabla A7), por el momento no existen sitios públicos para acampar con los servicios básicos mínimo, ni personal especializado, esta actividad la realizan pocas personas aficionadas en lugares privados.

Tabla A7

Calendario de lluvias de estrellas de 2020

Nombre	Período de actividad	Pico (UTC)	Luna	Meteoros/h
Cuadrántidas	28 dic - 12 ene	04 ene a las 8:32	61.00%	110
Líridas	14- 30 abr	22 abr a las 6:40	0.80%	18
Eta Acuáridas	19 abr - 28 may	06 may a las 20:11	99.30%	50
Delta Acuáridas	12 jul - 23 ago	30 jul a las 23:30	85.20%	25
Perseidas	17 jul- 24 ago	12 ago a las 13:13	41.90%	110
Oriónidas	02 oct - 07 nov	21 oct a las 5:35	25.90%	20
Leónidas	06 - 30 nov	17 nov a las 10:54	7.20%	15
Geminidas	04 - 17 dic	14 dic a las 12:48	0.60%	120
Úrsidas	17 - 26 dic	22 dic a las 9:13	53.90%	10

- Turismo de aventura. - La diversidad de cascadas, ríos, acantilados, montañas hacen el lugar ideal para el desarrollo de las actividades relacionadas a este tipo de turismo, los visitantes pueden practicar muchos deportes de aventura y extremos según su nivel de conocimiento de los mismos, las actividades recomendadas considerando las condiciones del cantón son:

Trekking. - La diferencia entre esta actividad y el senderismo es el grado de dificultad, para practicar esta actividad se requiere de una preparación física previa y equipamiento adicional, se categoriza como fácil, moderado y difícil, dependiendo de nivel de categoría se pueden requerir conocimientos adicionales

como escalada, rappel o navegación; este deporte es una de las actividades más populares en el turismo ecológico (Ecured, 2019).



Figura C4. Trekking
Nota tomado 1000 Destinos
(<https://1000destinos.net/lo-que-necesitas-saber-sobre-trekking/>)

- *Bungee Jumping*. - también conocido como puenting, consiste en lanzarse desde puentes de considerable altura con cuerdas especiales atadas mediante arneses a los pies o la cintura o dorso, este servicio lo prestan operadores especializados y la práctica es eventual, el sitio propicio es el puente Cornelio Dávalos más conocido como “Salsipuedes” que tiene una altura aproximada de 190 metros.



Figura C5. Puente Cornelio Davalos "Salsipuedes"

Nota: Tomado de "GAD Municipal Pallatanga", 2020

(https://www.facebook.com/pg/gadmunicipalpallatanga/photos/?ref=page_internal).

- *Rappelling*.- es un deporte extremo que consiste en el descenso vertical con cuerda, se necesitan equipo especial y personal calificado para practicar esta y brindar este servicio, el puente Salsipuedes es uno de los sitios propicios para practicar este deporte.
- *Canyoning*.- este deporte es rappelling realizado en cascadas y las consideraciones son las mismas.



Figura C6. Rappelling

Nota: Tomado de Robert Harding, 2009

(<https://www.robertharding.com/preview/802-32/climber-freehanging-abseil-steep-cliff-ogwen-valley-near/>).

- *Canopy*.- también conocido como Dosel consiste en deslizarse en un arnés con poleas suspendido sobre un cable de acero inoxidable, esta actividad no se practica en Pallatanga porque no existe ni la infraestructura ni los operadores especializados.



Figura C7. Canopy

Nota: Tomado de Viajes Vista al Sur, 2020

(<https://www.viajesvistalsur.com/Articulo/content/908/detail/Banos-Canopy-al-extremo>).

Downhill.- consiste en el descenso en bicicleta por senderos naturales lo más rápido posible, se necesita equipo especializado y experiencia dependiendo del grado de dificultad del sendero.

- Agroturismo.- esta modalidad de turismo es otra alternativa de diversificar las labores agropecuarias, beneficiando a los propietarios y a las personas vinculadas a esta actividad turística, generando recursos y evitando de cierta forma la migración por falta de empleo (Riveros S & Blanco M, 2003), las labores cotidianas como la siembra y cosecha de los distintos productos, elaboración de panela y aguardiente de caña, ordeño y elaboración de sus productos derivados son algunos de los atractivos turísticos que se puede explotar.



Figura C8. Agroturismo

Nota: Tomado de Viajes Vista al Sur, 2020

(<https://www.viajesvistalsur.com/Articulo/content/908/detail/Banos-Canopy-al-extremo>).

- Turismo Religioso.- La religión católica es la predominante en este sector y sus tradiciones religiosas aún están presentes en las celebraciones anuales, es importante destacar dentro de este contexto la semana santa y el día de los difuntos, estas épocas son propicias para fomentar este tipo de turismo.
- Turismo Gastronómico.- por la rica herencia ancestral que tiene el cantón, su gastronomía es reconocida por los turistas que frecuentan, lamentablemente no se ha explotado todo su potencial por la falta de promoción y desarrollo de estrategias.

En la tabla adjunta se detalla la periodicidad de consumo de los tipos de turismo en mención.

Tabla A8

Disponibilidad de producto turístico

Tipo de Turismo	Época
Turismo Vacacional	Todo el año
Turismo de Naturaleza	Todo el año
Turismo de Aventura	Todo el año
Agroturismo	Abril - Agosto
Turismo Religioso	Semana Santa
Turismo Gastronómico	Todo el año

La condición actual determinada en base a entrevistas a sus habitantes y observación directa en evidencio que la mayor parte del turismo que visita el cantón proviene de la provincia del Guayas, específicamente Guayaquil, siendo su mayor afluencia en los feriados nacionales decretados y su estadía la duración de estos, básicamente el turismo que se oferta es el de descanso puesto que ni el sector público y privado que se dedica este negocio promocionan turísticamente el cantón. No existen operadoras turísticas locales, ni señalética, ni guías, ni una oficina que brinde información sobre los atractivos turísticos; un gran porcentaje de turistas provienen por las invitaciones de habitantes de la región que conocen el sector y sirven de guías.

El plan promocional sugerido para Pallatanga se basa en primera instancia en el trabajo mancomunado entre el gobierno local y todos los establecimientos relacionados con la actividad turística y a su vez con la integración de toda la población en este proyecto que será

de vital importancia para el desarrollo del cantón, es imperante que se invierta inicialmente en la siguiente infraestructura turística básica y personal capacitado:

- Punto de información turística que labore los feriados, con material POP.
- Levantamiento de todos los atractivos turísticos.
- Señalización de los atractivos turísticos.
- Implementación de servicios básicos en sectores turísticos.
- Sistema de transporte turístico.
- Guías especializados.
- Community Manager (municipal) para promoción turística digital.
- Creación y mantenimiento de senderos turísticos.
- Programa de conservación ecológico y reforestación.

Toda esta inversión es recomendable que venga acompañada con políticas gubernamentales locales que incentiven el desarrollo de todas las operaciones turísticas que necesita el cantón y que aún no se han implementado por diversos motivos.

b. Precio

Pallatanga cuenta con una infraestructura turística al alcance de todos los segmentos de consumo, con múltiples opciones a escoger para hospedarse, alimentarse o divertirse, cada una de ellas brinda los servicios requeridos de acuerdo a su categoría, en lo referente al sector de hospedaje están definidas cuatro hosterías que ofrecen el servicio regularmente, las categorías van desde dos a tres estrellas como se

aprecia en la tabla tres aunque también existen hostales de para viajeros con costos que no superan los 10 dólares por habitación .

Tabla A9

Establecimiento turístico del Cantón Pallatanga

Razón Social	Tipo de Establecimiento	Actividad Turística	Categoría	Número de Habitaciones	Costos
Ecovita Organic Camping & Farm	Hostería	Alojamiento	3 estrellas	80	\$71.00
Hacienda Milliguayco	Hacienda	Alojamiento	3 estrellas	45	\$50.00
El Valle	Hostería	Alojamiento	2 estrellas	28	\$18.00
El Pedregal	Hostería	Alojamiento	2 estrellas	32	\$12.00

c. Promoción

El principal objetivo de esta propuesta es incentivar mediante estrategias básicas de promoción el aumento de la demanda turística que actualmente tiene el cantón enfocándose en los distintos tipos de clientes potenciales detallados a continuación:

- *Turistas no habituales.* - personas que no visitan el cantón o las regiones aledañas.
- *Turistas cercanos.* - Individuos que visitan la región, pero no visitan Pallatanga.
- *Turistas Habituales.* - Clientes que visitan frecuentemente la región.

Las estrategias estarán encaminadas a incentivar que los turistas no habituales y cercanos se sientan atraídos por nuestra propuesta turística y para los viajeros habituales proponer estrategias de fidelización con el propósito aumentar la frecuencia de visita de los turistas.

Los medios de promoción serán públicos o privados dependiendo de la campaña o del producto turístico a ofertarse, los canales de promoción recomendados se detallan a continuación y sobre estos se realizarán las estrategias de promoción iniciales:

- Operadoras turísticas.
- Redes sociales.
- Campañas promocionales.
- Campañas publicitarias.
- Convenios interinstitucionales.

Estrategias de promoción iniciales:

- Operadoras turísticas.

Elaborar un plan de incentivos para las operadoras turísticas de Guayaquil y Riobamba que consuman los productos turísticos que oferta el cantón.

- Redes sociales

Diseñar la campaña, logo y slogan de la promoción turística y gestionar mediante un Community Manager el manejo de todas las redes sociales y página con el objetivo de promocionar turísticamente al cantón.

- Campañas promocionales.

Definir material POP para promociones y realizar difusión de los productos turísticos según su periodicidad con personal de todos los sectores involucrados, especialmente del GAD de Pallatanga, en los paraderos, hosterías, buses de paso, controles policiales

- Campañas publicitarias.

Implementación de campañas promocionales in situ y ex situ de los productos turísticos según las siguientes recomendaciones:

In Situ. - Vallas y roll ups promocionales en la vía de acceso al cantón y los lugares de mayor concentración de viajeros como los restaurantes especificados en la tabla A5; brandeo de bienes y transporte público con Slogan de campaña promocional

Ex situ. - Vallas promocionales en las vías de salida de Guayaquil y Riobamba, cuñas publicitarias en los principales medios de difusión de las ciudades en mención, publicidad en centros comerciales

- Convenios interinstitucionales.

Generar alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas ofreciendo beneficios exclusivos por el consumo de los productos turísticos de Pallatanga

d. Plaza

La ventaja que tiene Pallatanga es su cercanía con el mejor cliente potencial que tiene Ecuador para el turismo: Guayaquil, el objetivo es potenciar turísticamente este sector en la ciudad y todo lo que esto

conlleva; ofreciendo una alternativa diferente, por un lado para la playa (más aun considerando que la temporada de playa dura solamente 3 meses) y por otro lado la sierra, aprovechando la distancia corta en relación a otros sectores del callejón interandino, teniendo como premisa el apoyo y trabajo en conjunto entre el sector privado, la comunidad y el gobierno local ayudaran a impulsar la economía y el desarrollo de este sector con un menor impacto ambiental y social.

El público objetivo que pretendemos captar, son todos los segmentos de la población de todas las edades que realizan turismo: familias, niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, en el la tabla A10 se detalla el tipo de turismo recomendado para cada público objetivo

Tabla A10

Disponibilidad de producto turístico

TIPO DE TURISMO	PUBLICO OBJETIVO			
	Familia Incluye todas las edades	Jóvenes 12 años - 26 años	Adultos 27 años - 59 años	Adultos mayores 60 en adelante
Turismo Vacacional	X	X	X	X
Turismo de Naturaleza	X	X	X	X
Turismo de Aventura		X	X	
Agroturismo	X	X	X	X
Turismo Religioso	X	X	X	X
Turismo Gastronómico	X	X	X	X

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El cantón Pallatanga posee un potencial turístico que aún no ha sido explotado en su totalidad, su principal actividad sigue siendo la agropecuaria que no ha impulsado un crecimiento económico que beneficie a todos los sectores de esta sociedad, motivo por el cual se da una migración importante de sus habitantes por la falta de oportunidades existentes que les permita superarse, inclusive su colegio brinda una educación agropecuaria, todo su entorno y sus recursos se destinan para esta actividad, producto de esta incidencia grandes áreas de selva han sido deforestadas para crear terrenos de cultivo, si bien es cierto, producto de esta actividad se han desarrollado sectores como el comercial que se mantienen con las limitaciones que el mercado agropecuario impone.

Si se considera el desgaste que los suelos de cultivo han sufrido por los años de explotación y el impacto que la globalización ejerce en este sector, el panorama no es prometedor, es importante fomentar por intermedio de los gobiernos locales el incentivo de actividades que no sea invasiva con el medio ambiente y que sean complementarias al sistema existente que inyecten un nuevo dinamismo en todos los aspectos a este hermoso lugar, el turismo sustentable brinda una alternativa idónea para una propuesta de desarrollo considerando todos los recursos naturales que posee el cantón.

La cercanía con mercados potenciales como Guayaquil y Riobamba con una población de 2 698 077 y 350 000 habitantes garantiza la demanda del servicio local y la puerta para atraer mercados internacionales, indiscutiblemente el sector tiene las condiciones, actualmente no tiene las condiciones para brindar el servicio como se lo plantea en este ensayo, es menester del

gobierno local crear en primera instancia crear al marco legal que incentive localmente y externamente la inversión en esta industria para posteriormente invertir en la infraestructura básica o compleja que cada actividad requiere.

Las autoridades locales en conjunto con los prestadores del servicio existente deberán diseñar campañas de concientización de la actividad turística y sociabilizar con toda la población, con el objetivo de concientizar a la sociedad sobre los beneficios consabidos que el turismo traerá a todos los sectores de Pallatanga.

REFERENCIAS

- 1000 Destinos. (07 de 09 de 2018). *1000 Destinos*. Obtenido de <https://1000destinos.net/lo-que-necesitas-saber-sobre-trekking/>
- Anangonó, R. C., Ibarra, J. G., Cadme, M. L., Sevillano, A. V., Castillo, C. E., Bonilla, E. E., & Delgado, D. (2017). *El Corredor De Turismo Sostenible Y Su Incidencia En El Desarrollo Turístico Del Cantón Pallatanga, Ecuador*. . International Journal of Humanities and Social Science Invention .
- COOTAD. (19 de 10 de 2010). Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización. Quito.
- Data.org, C. (02 de 01 de 2020). *google*. Obtenido de <https://es.climate-data.org/americas-del-sur/ecuador/provincia-del-chimborazo/pallatanga-179861/>
- Distancias Entre. (12 de 01 de 2020). *Distancias Entre*. Obtenido de <https://www.distanciasentre.com/uy/guayaquil-a-pallatanga-ecuador-mapa/MapaHistoria/686003.aspx>
- Ecured. (26 de 12 de 2019). *Trekking*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Trekking>
- Estrada Bárcenas, R., & García Pérez de Lema, D. (2010). *“Herramientas estratégicas en la PYME y su efecto en la planeación y el .* Mexico: Universidad Autónoma de Yucatán.
- fotosecuadorjccarracedo. (17 de 10 de 2005). *fotosecuadorjccarracedo*. Obtenido de <http://fotosecuadorjccarracedo.blogspot.com/2005/10/trilla-caballo.html>
- GAD Pallatanga. (1 de 1 de 2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga*. Obtenido de <https://www.pallatanga.gob.ec/index.php/pallatanga/historia>
- Ibadango Anrrango, E. C., Pavón Ayala, N. C., & Garzón Collahuazo, O. V. (2014). *Evaluación y zonificación de susceptibilidad y amenazas/peligros por fenómenos de remoción en masa en el cantón Pallatanga*. Quito: UCE.
- INEC. (10 de 12 de 2010). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- Issa, S. (19 de agosto de 2017). *Viaja la vida*. Obtenido de <https://viajalavida.com/eden-en-pallatanga/>
- MacFarlan, F. W. (1985). La tecnología de la información cambia el modo de competir. *Harvard Deusto business review*, 43-50.
- MAGAP. (15 de 12 de 2020). <https://www.agricultura.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/>
- Manfred, L., Ya-Yen, S., Futu, F., Yuan-Peng, T., Arne, G., & Arunima, M. (2018). *The carbon footprint of global tourism*.

- Mapamundi Online. (11 de 01 de 2020). *Mapamundi Online*. Obtenido de <https://mapamundi.online/wp-content/uploads/2018/11/mapa-politico-ecuador.jpg>
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011-junio). Turismo y producto turistico. *Visión Gerencial*, 135-158.
- Olivera, A. (2014). Gestión de la huella de carbono en turismo. *Innotec Gestion N° 6*.
- Ortiz, L. V., & Rodriguez, N. Y. (2018). Marketing e innovación de ciudades,. *Espacios*, 23-42.
- Photopills. (20 de 12 de 2020). *Photopills*. Obtenido de <https://www.photopills.com/es/articulos/guia-fotografia-lluvia-estrellas>
- Riveros S, H., & Blanco M, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Robert Harding. (07 de 2009). *Robert Harding*. Obtenido de <https://www.robertharding.com/preview/802-32/climber-freehanging-abseil-steep-cliff-ogwen-valley-near/>
- senderismo.net. (17 de 03 de 2019). *senderismo.net*. Obtenido de <https://www.senderismo.net/blog/que-es-el-senderismo>
- Viajes Vista al Sur. (03 de 2020). *Viajes Vista al Sur*. Obtenido de <https://www.viajesvistal-sur.com/Articulo/content/908/detail/Banos-Canopy-al-extremo>

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **LOOR HOLGUIN MARIUXI YAZMIN**, con C.C: # **0921737177** autor/a del **componente práctico del examen complejo: Análisis sobre las estrategias de marketing turístico en el Cantón Pallatanga** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **4 de febrero de 2020**

f. _____

LOOR HOLGUIN MARIUXI YAZMIN

0921737177

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis sobre las estrategias de marketing turístico en el Cantón Pallatanga		
AUTOR(ES)	MARIUXI YAZMIN LOOR HOLGUIN		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	RUTH SABRINA ROJAS DÁVILA, ING		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Marketing		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	4 de febrero de 2020	No. DE PÁGINAS:	46
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing turístico, Marketing de servicios, Comportamiento al consumidor		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Marketing Turístico, Turismo Vacacional, Turismo Especializado, Turismo de afinidad, Pallatanga		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El cantón Pallatanga por su localización subtropical cuenta con una geografía favorable para el desarrollo del turismo vacacional, especializado y de afinidad, ubicado a tan solo 90 Km de Riobamba y 135 Km de Guayaquil, no ha podido explotar este potencial turístico que posee, convirtiéndose solamente en un lugar de paso para alimentarse; el objetivo primordial de este trabajo será identificar los factores sociales, económicos, culturales y demográficos que han impedido este desarrollo para establecer las directrices para atender eficientemente la demanda turística local e internacional que se genera anualmente. Como objetivo secundario determinar los distintos atractivos turísticos con los cuenta la región, la infraestructura del cantón destinada a este fin, así como los prestadores de servicios que operan habitualmente; como propósito final promover y generar alianzas estratégicas entre el sector privado que brinda este tipo de servicios con el Gobierno Autónomo Descentralizado para generar estrategias promocionales que posicionen a Pallatanga como una alternativa turística para las grandes ciudades aledañas.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-98149976	E-mail: mariuxi_loor@hotmail.com mariuxiloor1124@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Samaniego López Jaime Moises		
	Teléfono: +593-4-2206953		
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			