



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

TEMA:

**“Análisis de estrategias para incentivar el desarrollo turístico
de la parroquia Sevilla Don Bosco”**

AUTOR:

Larrea Chica Iván Rodrigo

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

REVISOR (A)

Ing. Rojas Dávila Ruth Sabrina, Mgs

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 **Larrea Chica Iván Rodrigo**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

REVISOR (A)

f. _____
Ing. Rojas Dávila Ruth Sabrina, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Econ. Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Mgs

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, **Larrea Chica Iván Rodrigo**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, “**Análisis de estrategias para incentivar el desarrollo turístico de la parroquia Sevilla Don Bosco**” 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 días del mes de Febrero del año 2020

EL AUTOR

f. _____
Larrea Chica Iván Rodrigo



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Larrea Chica Iván Rodrigo**

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 de estrategias para incentivar el desarrollo turístico de la parroquia Sevilla Don Bosco**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

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

EL AUTOR:

f. _____
Larrea Chica Iván Rodrigo



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Ruth Sabrina Rojas Dávila, Mgs

REVISOR(A)

f. _____

Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Jaime Moisés Samaniego López, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

REPORTE URKUND

UCSG – Uni x Correo: RU x ¿Cuáles son x UCSG – Uni x Servicios en x casos de "n x Correo: Sab x Inicio - URK x D62832248 x +

secure.orkund.com/old/view/60980026-333694-119467#q1bKLvayio7VUSrOTM/LTMTsxlTIWYmQgFAA==

URKUND Ruth Sabrina Rojas Dávila (sabrina.rojas)

Documento: Ensayo completo corregido de acuerdo a sugerencias y recomendaciones por tutora.docx (D62832248)
Presentado: 2020-01-22 10:39 (-05:00)
Presentado por: sabri_rojas78@hotmail.com
Recibido: sabrina.rojas.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 32 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/14...
	https://docplayer.es/129405409-Universidad-catolica-de-santiago-de-guayaquil-facultad-de-...
	TESIS MODELO EMPRENDIMIENTO CORREGIDO TRIBUNAL DANIELA GARCIA.docx
	https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/
	INFORME FINAL. REFORMADO VERDEZOTO Y PUENTE fin...docx
	Tesis Jazmine Encarnación Zambrano.pdf

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

100% #15 Activo Fuente externa: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumen... 100%

El sector económico de la parroquia Sevilla Don Bosco se caracteriza por una fuerte preponderancia del sector primario, tanto en hombres como en mujeres, luego se ubica el sector terciario (servicios), siendo muy bajo el porcentaje de actores dedicados al sector de la transformación (valor agregado) (

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 88). "

La población económicamente activa en la parroquia Sevilla Don Bosco, según datos del Censo de población y vivienda del año 2010, corresponde a 6957 personas, considerando a las personas mayores de 14 años, exceptuando a aquellas que no trabajaron. Toda la PEA se ubica en zona rural, existiendo un balance entre hombres y mujeres (

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 84). "

Por rama de actividad, las cinco primeras actividades a que se dedica la población económicamente activa, son: - Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. - Enseñanza. - Construcción (excepto en mujeres que se reemplaza por actividades en el hogar). - Comercio al por mayor y menor. - Administración pública y defensa (

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 84). La forma de organización económica en la parroquia es la economía popular y solidaria así se demuestra "

Cuando se analiza el aporte que tiene la economía popular y solidaria en la vida económica de la parroquia Sevilla Don Bosco, se encuentra que el 65.2% corresponde con actividades relacionadas con este tipo, mientras que únicamente el 3% se refiere a actividades industriales (

AGRADECIMIENTO

En primer lugar este agradecimiento va dirigido a Dios por darme la vida y regalarme la salud para poder llegar a estas instancias de mi vida.

A mis padres por su apoyo incondicional en todo momento y sin pedir nada a cambio, con la única finalidad de darme una oportunidad de realización en mi vida; a través de lo cual me han demostrado su infinito amor.

A mis Familiares y amigos todos, agradecerles por sus buenos deseos, consejos y mensajes de aliento durante este proceso.

A todos los maestros, que de una u otra manera han sembrado semillas de conocimiento en mi mente durante toda mi vida estudiantil y sin los cuales también hubiera sido imposible alcanzar este ansiado anhelo.

Una vez más, mil gracias a todos

Iván

DEDICATORIA

A mis hijos y a mis padres por ser los seres más cercanos en mi vida.

A mis hijos, para que quizá les sirva de motivación y a mis padres para regalarles una satisfacción.

Con amor

Iván.

RESUMEN

Este ensayo constituye una recopilación de información de la parroquia Sevilla Don Bosco y tiene la finalidad de aportar con el desarrollo turístico de la misma, consta en su etapa introductoria de la identificación de la problemática, presentación de justificativos y planteamiento de objetivos del proyecto. Luego durante el desarrollo se procede a realizar la revisión del marco teórico en materias como marketing, marketing de servicios y turismo; información que nos proporcionó la línea del conocimiento en el cual el tratado fue desarrollado; de la misma manera se realiza un análisis situacional del producto turístico por medio de la utilización de herramientas mercadológicas como (El análisis Pesta, las 5 Fuerzas de Porter y la mezcla de mercadotecnia) con la finalidad de conocer datos referenciales que nos dieron la posibilidad de identificar aciertos y falencias en las distintas fases operativas de la actividad turística del mismo y nos permitieron llegar a conclusiones y hacer recomendaciones que en un futuro podrían coadyuvar en la consecución del principal objetivo que es lograr insertar a la parroquia Sevilla don Bosco en el contexto turístico nacional para competir con sus atractivos turísticos de una manera más seria y profesional ya que le sobra potencial.

Palabras Claves: Mercadotecnia, Incentivar, Estrategias, Desarrollo, turismo, Potencial, Objetivos, Atractivos turísticos, rentabilidad.

ABSTRACT

This essay becomes a data collection of Sevilla Don Bosco parish and has the purpose of contributing to the touristic development of the village, this document contains at its first part the identification of the problematic, an argument for making the study and target settings of it. Further on, the following phase gradually turns into a theory revision of subjects such as Marketing, marketing services and tourism; this information provides us the technical knowledge to get this written assignment done. In the same way, we proceed to make a situational diagnosis of this touristic product using marketing tools such as the PESTA analysis, Porter's 5 Forces Framework and the marketing mix in order to know referential data that gives us the permission to identify mistakes and effectiveness of the different operative stages of the touristic activities done on Sevilla don Bosco. All these techniques have been put into practice in this treaty in order to get a findings report and also to give out advice and recommendations that help accomplish the major goal of this project which is, that this location be considered a tourist attraction on a national context; and also that the activities offered shall aim to provide quality, because there is a great amount of potential.

Keywords: Marketing, Incentivize, Strategies, Development, Tourism, Potential, Goals, Tourist attractions, profitability.

Índice

1	Introducción	2
1.1	Antecedentes	2
1.2	Problemática.....	4
1.3	Justificación.....	5
1.4	Objetivos	6
1.4.1	Objetivo general.....	6
1.4.2	Objetivos específicos	6
2.	Desarrollo.....	7
2.1	Marco Teórico	7
2.1.1	Mercadotecnia.....	7
2.1.2	Mercadotecnia de servicios.....	7
2.1.3	Mercadotecnia turística.....	8
2.1.4	Estrategias para el producto turístico.....	9
2.2.1	Turismo.....	11
2.2.2	Turismo como actividad económica.....	12
2.2.3	Tipos de turismo	14
2.2.4	Turismo en Ecuador.....	15
2.2.5	Turismo de Ecuador en cifras	15
2.2.6	Turismo en Morona Santiago	17
2.2.7	Turismo en el cantón Morona.....	19
2.2.8	Atractivos turísticos inventariados de la parroquia Sevilla Don Bosco por el Ministerio de turismo.....	21
2.2.9	Atractivos turísticos identificados en la parroquia Sevilla Don Bosco sin inventariar en el Ministerio de turismo.....	23
3.	Análisis Estratégico Situacional.....	24
3.1	Análisis Pesta	24
3.1.1	Aspecto político	24
3.1.2	Aspecto Económico	27
3.1.3	Aspecto Sociocultural.....	29
3.1.4	Aspecto tecnológico.....	30
3.1.5	Aspecto Ambiental	31
3.2	Las 5 fuerzas de Porter	33
3.2.1	Existencia de productos sustitutos	33
3.2.2	Poder de Negociación de Proveedores	34
3.2.3	Poder de negociación de los clientes	34

3.2.4 Amenaza de entrada de nuevos competidores	34
3.2.5 Rivalidad entre las empresas	35
4. Análisis de estrategias de mercadotecnia (Mescla de mercadotecnia)	36
4.1 Producto	36
4.2 Precio.....	37
4.3 Promoción	39
4.4 Plaza o Lugar.....	40
5. Conclusiones y Recomendaciones	42
5.1 Conclusiones	42
5.2 Recomendaciones.....	43
6. Anexos	44
7. Referencias.....	61

1 Introducción

1.1 Antecedentes

El turismo en el Ecuador ha tenido un repunte importante en los últimos años gracias al impulso que han dado los gobiernos de turno a esta actividad que es una importante fuente generadora de recursos; “a través de políticas de gobierno que tienen como uno de sus objetivos cambiar la matriz productiva del país y fomentar el desarrollo de actividades no tradicionales que podrían generar miles de plazas de empleo directo e indirecto a lo largo de todo el territorio nacional” (Secretaría técnica planifica Ecuador, 2018).; gracias a la gran potencialidad de todo tipo de recursos existentes en nuestro país.

Estas políticas de estado se las ha venido conduciendo a través de dos ejes de acción; de alcance nacional y de alcance internacional. Primeramente se está tratando de incentivar el turismo interno del país a través de las campañas nacionales como “Viaja primero Ecuador” en las cuales se motiva a los turistas nacionales a que conozcan primero lo nuestro proveyendo de abundante información acerca de todos los destinos turísticos del país, sus operadores locales, etc. y en la otra “Ecuador potencia Turística” que:

Es una campaña que busca inculcar valores como respeto, honestidad, empatía, orgullo nacional y sentido de pertenencia, para que los ecuatorianos sean los primeros en cuidar los atractivos y atender a los turistas internos y externos con la calidez y hospitalidad que les caracteriza. Esta campaña consta de 3 componentes principales: Agente Turístico, Playas Limpias y Baños Limpios. (Ministerio de turismo del Ecuador, 2015)

En el plano internacional de igual manera el gobierno nacional a través de la cartera de turismo realizó el lanzamiento de una ambiciosa campaña turística internacional que comprende la activación simultánea de la misma en 19 ciudades del mundo; incluidas 7 del Ecuador, bajo el slogan “All you need is Ecuador” y con la cual se busca” posicionar a nuestro país como un destino turístico de clase mundial.”(Ministerio de turismo, 2014)

De igual manera el Gobierno Autónomo Descentralizado de Morona Santiago no ha querido ser indiferente con esta iniciativa nacional y ha diseñado estrategias que atraen la atención de turistas nacionales e internacionales a través de la organización de una serie de eventos que coinciden con las celebraciones de provincialización de Morona Santiago; estas programaciones abarcan todo tipo de manifestaciones culturales y exhibición de recursos naturales y agropecuarios que ayudan a publicitar hacia el mundo a esta provincia bajo el slogan “Morona Santiago tierra de la abundancia”.

La parroquia Sevilla Don Bosco, se encuentra en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago, siendo la parroquia más extensa del cantón con una superficie de 2.305.44 km². La parroquia se encuentra ubicada al margen izquierdo del río Upano, planicie denominada Valle del Río Upano, frente a la ciudad de Macas, en las coordenadas 02° 26´ de latitud sur y 78° 11´ de longitud oeste, se extiende desde los 400 msnm hasta los 2300 msnm. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Sevilla don Bosco, 2014, p. 17)

De igual manera se encuentra que

La parroquia de Sevilla Don Bosco, al año 2015, de acuerdo con las proyecciones basadas en el censo de noviembre de 2010, tiene una población de 16008 habitantes , valor que comparado con 9700 habitantes del censo 2001, representa un incremento del 38 % en los últimos 14 años. Del total de la población de la parroquia el 49.85% corresponde a hombres y el 50.15% a mujeres. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Sevilla don Bosco, 2014, p. 17).

En el mismo estudio

Se encuentra que la población de la parroquia Sevilla Don Bosco marcadamente se auto identifica como indígena, que llega al 85% de mujeres y 84% de hombres. El grupo étnico de mestizos se ubica en segundo lugar, siendo significativamente menor en proporción que los indígenas. Los mestizos corresponden al 14% en hombres y 13% en mujeres. El resto de etnias presentes en la parroquia representa en conjunto aproximadamente el

2% de la población tanto en hombres como en mujeres. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sevilla don Bosco, 2014, p. 59)

Esta población tiene una particularidad como lo habíamos mencionado anteriormente; está poblada mayoritariamente por personas de la etnia Shuar cuya existencia data desde tiempos ancestrales, pero se tiene registro de que fueron visitados por primera vez por los misioneros salesianos alrededor del año de 1930, la comunidad Salesiana ha tenido un papel preponderante en el adoctrinamiento, educación de los niños y jóvenes de la población y en el desarrollo económico de la comunidad hasta nuestros días.

1.2 Problemática

Pese a la abundancia de recursos naturales, recursos culturales que podrían ser aprovechados para generar ingresos económicos principales y complementarios para los habitantes de esta comunidad a través de la actividad turística, la parroquia de Sevilla don Bosco se ha mantenido por años sumida en el abandono de las autoridades gubernamentales y la escasa inversión en infraestructura y servicios básicos que posee son una limitante para cualquier tipo de emprendimiento turístico privado.

La parroquia Sevilla Don Bosco tiene un promedio de cobertura de servicios básicos de apenas el 33% de las viviendas, conforme a los estándares contemplados en la Constitución y en la Ley, lo que significa que el 67% de la población mantiene necesidades básicas insatisfechas por servicios públicos. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sevilla don Bosco, 2014, p.73)

No obstante de ello existe un creciente grupo de emprendedores que han apostado por establecer pequeños comercios en la localidad que de a poco han ido dinamizando la economía de la parroquia.

La mayor parte de la población de Sevilla se dedica a las actividades primarias de producción, entre las que un estudio cita las siguientes:

“Las cinco primeras actividades a que se dedica la población económicamente activa, son: - Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. - Enseñanza. -

Construcción (excepto en mujeres que se reemplaza por actividades en el hogar). - Comercio al por mayor y menor. - Administración pública y defensa” (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sevilla don Bosco, 2014, p.73).

Como podemos darnos cuenta el turismo no consta entre las principales actividades económicas de los habitantes de la localidad, lo que podría denotar ignorancia de la potencialidad de sus recursos turísticos; lo que sumado al resto de necesidades insatisfechas se traduce en desmotivación y falta de interés por la actividad turística.

La actividad turística en general se compone de una cadena de negocios que se complementan para formar un producto turístico atractivo-

Producto turístico es según, Acerenza (como se citó en De la Colina, 2009)

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

En tal virtud se hace imperativo incluir en la planificación del POA y del PPA del cantón Morona, un plan de acción encaminado a capacitar y a dotar de obras básicas e infraestructura que consolide a los atractivos turísticos existentes e incentive a inversionistas a emprender en nuevos proyectos, ya que estos ven en estos rubros su principal limitante.

1.3 Justificación

La falta de oportunidades, la alta tasa de desempleo, la falta de capacitación que se refleja en la comunidad de Sevilla don Bosco constituyen un problema que mantiene en la marginalidad a la mayor parte de habitantes de esta comunidad; por esa razón este proyecto tiene la finalidad de aportar con información que facilite a las autoridades locales, la elaboración de un plan de acción en materia turística que brinde a la población una fuente de ingresos económicos alterna que complemente las ya existentes; que favorezca el emprendimiento local y dinamice la economía de la zona.

Además este trabajo constituye una recopilación de información académica fidedigna que podrían aportar con datos confiables de consulta para futuros trabajos de investigación en materia de mercadeo y turismo que se realicen con el propósito de beneficiar a esta comunidad.

El turismo es en el mundo una cada vez más importante fuente de ingresos económicos; por esta razón poblaciones con una gran potencialidad en cuanto a la tenencia de recursos necesitan del apoyo de instituciones y autoridades gubernamentales para fomentar el desarrollo de la actividad turística como motor de desarrollo (OMT, 2010). Este estudio tendrá la finalidad de aportar con la comunidad de la parroquia Sevilla Don Bosco, y dar a sus dirigentes y población en general una herramienta adicional para aprovechar de mejor manera sus valiosos recursos.

1.4Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar las estrategias que incentiven el desarrollo turístico de la parroquia Sevilla Don Bosco.

1.4.2 Objetivos específicos

- * Desarrollar el marco teórico que fundamente el estudio del proyecto para la parroquia Sevilla don Bosco.
- * Identificación de atractivos turísticos y análisis situacional de la parroquia Sevilla don Bosco a través del uso herramientas de diagnóstico como el análisis PESTA y las fuerzas de Michael Porter.
- * Análisis de los comportamientos de la oferta turística y de los consumidores en el caso de Sevilla don Bosco mediante el mix de marketing

2. Desarrollo

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Mercadotecnia

Kotler (como se citó en Coca, 2006) por su parte, sostiene que el marketing es un proceso social por el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que desean y necesitan, mediante la creación y el intercambio de productos y servicios con otros. Y la AMA (como se citó en Coca, 2006) define al marketing como: es el proceso de planificación y ejecución de la concepción, precio, comunicación y distribución de ideas, productos y servicios para crear intercambios que satisfagan a los individuos y a los objetivos de la organización.

Partiendo de estos conceptos en el caso que nos ocupa diremos que el uso del marketing podría ser de vital importancia para lograr en primer hacer de la parroquia Sevilla Don Bosco de acuerdo a una adecuada planificación, un producto turístico apetecible; que se oferte de acuerdo a una categorización a un precio justo tanto para los turistas como para los ofertantes; propiciando de esta manera el intercambio que satisfaga a los visitantes y a la población; los primeros al recibir productos y servicios de calidad y los otros al recibir ingresos que les permitan vivir dignamente e incluso implementar mejoras en sus negocios turísticos o relacionados.

2.1.2 Mercadotecnia de servicios

El marketing de servicios es el resultado de la adaptación que ha sufrido el marketing tradicional para dar herramientas a los ofertantes de servicios y puedan comercializar estos bienes intangibles de una manera más eficaz; así define el marketing de servicios Cobra (como se citó en Corea y Hernández, 2014)

El marketing de servicios es una disciplina que busca estudiar los fenómenos y hechos que se presentan en la venta de servicios, entendiendo como servicio, una mercancía comercializable aisladamente, es decir, un producto intangible que no se toca, no se coge, no se palpa, generalmente no se experimenta antes de la compra pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes. (p. 15)

De igual manera kotler (como se citó en Corea y Hernández, 2014) afirma:

En el mercado global de los productos y servicios, es cada vez más competitivo y centrado en los clientes. De esta manera la importancia del marketing, no sólo como el estudio de dicho mercado, sino como filosofía, también se hace más presente, así es que se puede aseverar que el marketing tiene el potencial de contribuir a la mejor adecuación entre oportunidades del mercado y voluntades, recursos y potencialidades de una organización, permitiendo así invertir de forma más inteligente, eficaz, eficiente y sostenible (p.15)

El turismo al ser un recurso intangible debería ser tratado bajo estas mismas premisas; las cuales deberían sostenerse en el hecho de que, el mercado turístico desde hace algún tiempo ha venido desarrollándose significativamente ofreciendo grandes oportunidades a los actores de esta industria; y nuestro país no ha sido la excepción gracias en cierta medida al impulso que ha dado el gobierno nacional a la captación de esas voluntades representadas por la aceptación y deseo de los mercados turísticos hacia las ofertas realizadas; de igual manera el aprovechamiento de recursos y potencialidades debería realizárselo de manera más técnica; bajo las premisas de estrictos estudios planificados y direccionados hacia el cumplimiento de metas y objetivos en este caso en específico de la comunidad de la parroquia Sevilla Don Bosco.

2.1.3 Mercadotecnia turística

Partamos de este concepto de producto turístico: “Es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística” (De la Colina, 1995, p. 9).

Entonces tenemos que en este caso nuestro producto turístico está representado por la parroquia Sevilla Don Bosco; y el conjunto de servicios que se ofrecen está constituido por todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la actividad turística y comercial propias del sector, que al combinarse con los recursos reales y potenciales como infraestructura y talento humano presentan al mercado de la industria una opción de destino atractiva que por supuesto debería ser diseñada y ejecutada bajo los parámetros más técnicos y recurrir al uso de herramientas que nos brinda el marketing turístico.

De acuerdo a la perspectiva del marketing turístico actual alineándolo al contexto de esta parroquia rural lo que se debería primero realizar es un estudio más detenido de las preferencias de la demanda en cuanto a actividad turística; una vez identificadas esas preferencias trabajar en el diseño de un plan que permita en el mediano y largo plazo; descubrir, desarrollar y accesibilizar a través de la inversión pública y privada atractivos turísticos originales y diferentes, siempre orientados en la línea del aprovechamiento de los recursos endémicos de la región en todas sus manifestaciones (cultural, recursos natural, etc.) ; pero comprometidos con la conservación y preservación de los recursos para garantizar la sostenibilidad en el tiempo de los mismos.

Por marketing turístico se entiende la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado. Krippendorf (como se citó en Arguello, 2014, p.8).

El marketing turístico podría ofrecer una serie de herramientas para manejar eficaz y eficientemente este producto turístico llamado Sevilla Don Bosco; esto comprende un análisis situacional de la realidad actual de la parroquia, estudio o investigación de mercados para identificar necesidades y preferencias de la demanda, creación y desarrollo de productos, comunicación y promoción de la oferta turística, manejo de estrategias para que el producto turístico cumpla exitosamente su ciclo de vida, creación de nuevos productos, etc.

2.1.4 Estrategias para el producto turístico

Hay una serie de decisiones a tomar previas al diseño e implementación de estrategias con las cuales se pretenderá encarar los mercados con el producto turístico; tales como; decidir si los atractivos turísticos actuales de la parroquia se los va a promocionar sin realizar ninguna modificación o mejora, se los va a promocionar en los mismos mercados o se va a realizar una búsqueda de nuevos mercados para colocar el producto turístico.

¿Se planea realizar modificaciones al producto turístico existente previo a la presentación en los mismos mercados y con expansión a nuevos segmentos?

¿Se debería realizar una búsqueda y desarrollo de nuevos atractivos turísticos?

Y las respuestas a estos interrogantes deberían ser afirmativas ya que en primer lugar se debería aprovechar los recursos ya existentes sin realizar gastos innecesarios y únicamente realizando una inyección significativa de recursos en el rubro de promoción para los mismos mercados ya que resulta más barato y conveniente; a partir de ese punto se pasaría a consideración la promoción en nuevos mercados sin ninguna variación en cuanto a infraestructura, a continuación como segunda opción se debería tomar en consideración una posible modificación, mejora y adecentamiento de todos los atractivos existentes; dependiendo también de la disponibilidad de recursos sean estos públicos o privados; y por ultimo como tercer paso dentro del proceso tendríamos la modificación, mejoramiento de atractivos existentes y desarrollo de nuevos productos. En otras palabras la primera estrategia a implementar se referiría a la realización de un plan a mediano y largo plazo en el cual se detalle con lujo de detalles las acciones a emprender y en el cual el ministerio de turismo de la jurisdicción tenga una participación preponderante por medio de la firma de un convenio de cooperación en el cual este ente, se comprometa a aportar con los conocimientos técnicos para el desarrollo del tema y empiece por la identificación plena de cada uno de los atractivos y recursos turísticos de la localidad procediendo de una vez a inventariarlos, jerarquizarlos y categorizarlos.

La siguiente estrategia se basaría en la socialización de dicho plan por parte de las autoridades parroquiales en coordinación con funcionarios del Ministerio de turismo hacia la población por medio de asambleas comunitarias en los diferentes barrios de la parroquia y además en los centros educativos y entidades gubernamentales buscando un compromiso general con la causa.

La siguiente estrategia se relaciona con la capacitación de toda la población en general pero especialmente de los prestadores de servicio como son: comerciantes, transportistas, servidores públicos, estudiantes, operadores turísticos, dueños y empleados de atractivos turísticos, etc.; las áreas de capacitación serian en estas áreas: **Hospitalidad, Seguridad alimentaria, Gestión para innovación de paquetes turísticos, Cultura turística, Manejo de redes para establecimientos y destinos turísticos.**

Esta capacitación de igual manera tendría que ser manejada por el Ministerio de Turismo y su recurso humano de manera que se otorguen las respectivas certificaciones de respaldo y además sirva como motivación e incentivo.

La siguiente estrategia a implementarse sería la publicidad a través de una campaña de medios a nivel local, regional y nacional pero de una manera de despliegue paulatino, es decir paso a paso, dosificando recursos, en la cual ya se enfoque el tipo de turismo al cual se está direccionando a la parroquia como destino turístico.

La promoción de Sevilla Don Bosco como destino turístico pensamos que al igual que la publicidad se debería empezar a nivel local, es decir dentro del cantón Morona; la cercanía de la ciudad de Macas con Sevilla Don Bosco (5km) es una ventaja que no se debería desaprovechar y para realizar la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia se podría empezar con visitas a medios de comunicación (radiales, televisivos) por parte de una comitiva formada por representantes parroquiales en las cuales se dé a conocer los detalles del proyecto turístico parroquial, de la misma manera visitar colegios e instituciones públicas con el mismo objetivo para lograr que el impacto sea mayor y conseguir en cada persona informada un aliado que visite y que también recomiende a alguien más visitar la localidad sean de procedencia local, regional, nacional o incluso internacional.

Las relaciones públicas son otra estrategia que la parroquia debería utilizar como herramienta para consolidar el desarrollo turístico de Sevilla Don Bosco, ya sea mediante la consecución auspicios de la empresa pública o privada, la firma de convenios de cooperación e incluso la formación de alianzas estratégicas mediante las cuales todas las partes se beneficien de manera equitativa.

2.2.1 Turismo

Turismo es todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno ubicuo, complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas ... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas.(Ledhesma, 2014)

2.2.2 Turismo como actividad económica

Desde tiempos inmemoriales el hombre ha sentido la necesidad de movilizarse de su lugar de residencia habitual hacia otros lugares; motivado por las necesidades propias de su existencia como: la caza, pesca, comercio, religión, etc. y es así que aparece el turismo a nivel mundial, mismo que ha pasado por un proceso de evolución a través de la historia de la humanidad impulsado por múltiples factores de diversa índole como por ejemplo: la economía, la aparición de medios de transporte, los medios de comunicación, etc. y es así que podemos notar que durante este proceso las necesidades del hombre para movilizarse también han sufrido una diversificación y ha sentido la necesidad de relacionarse con culturas diferentes, de conocer otros lugares, de experimentar nuevas vivencias, etc. Lo que nunca ha cambiado es la herramienta principal que permite que estas movilizaciones ocurran y esto es el recurso económico, es decir toda actividad turística está en relación directamente proporcional con el factor económico, entonces podríamos concluir diciendo que el turismo es una actividad económica que por sus características podría convertirse en una fuente inagotable de ingresos para un país, una ciudad o simplemente para una persona natural. Como lo cataloga.

(Altés, 1993) como la segunda actividad mundial más importante tras la industria del petróleo y sus sectores derivados.

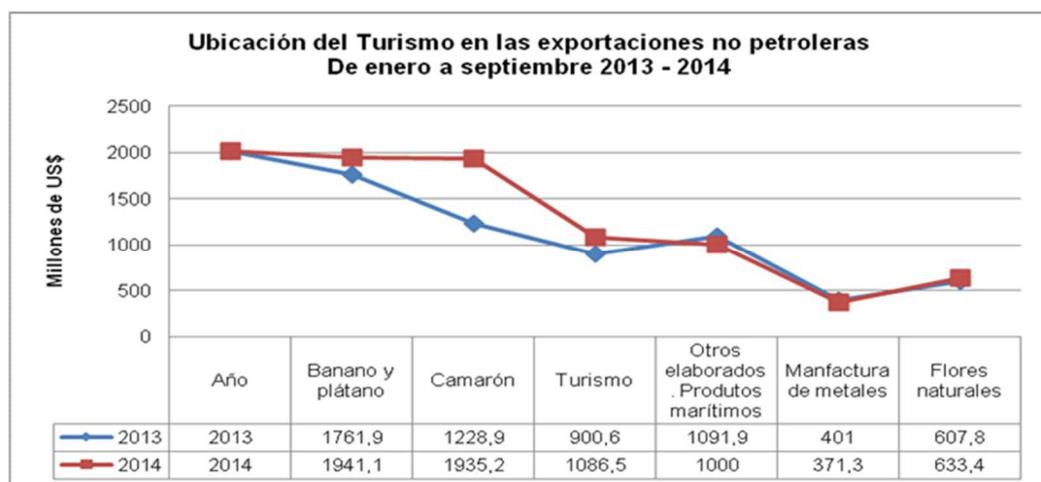


Figura 1. Posición del turismo en economía de Ecuador

Fuente: ministerio de turismo, elaboración Castillo Montesdeoca, E (2014)

La actividad turística puede considerarse como una industria en la cual todos los factores que intervienen en su funcionamiento son impulsados por el desprendimiento monetario del consumidor final de los servicios ofertados (turistas); quienes a cambio de satisfacer necesidades y deseos de diversa índole empiezan una cadena de consumo que abarca diferentes áreas del comercio, la alimentación, el entretenimiento, la movilidad, etc.; Formando todo un sistema integrado de acciones que permita a los entes involucrados ser sustentables y mantenerse en el tiempo.

Dicho de otra manera el turismo es una cadena de negocios que para sobrevivir en el tiempo y en el espacio necesita ser rentable para todos los actores que intervienen en el mismo para lograr un equilibrio en términos de satisfacción y el buen servicio.

	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL (MILLONES)			LLEGADAS POR TURISMO INTERNACIONAL (MILLONES)		
	2015	2016	Part. %	2015	2016	Part. %
MUNDO	1.202	1.226	100	1.190	1.237	100
Economías avanzadas ¹	779	793	64,7	653	685	55,4
Economías emergentes ¹	423	433	35,3	537	552	44,6
Por regiones de la OMT:						
Europa	449,8	449,4	36,66,2	603,3	617,6	49,9
Europa del Norte	77,4	76,7	6,3	75,4	80,0	6,5
Europa Occidental	145,7	145,2	11,8	181,4	181,5	14,7
Eur. Central/Oriental	50,4	52,6	4,3	121,4	125,9	10,2
Eur.Meridional/Medit	176,2	174,9	14,3	225,1	230,2	18,6
- de los cuales UE - 28	372,2	378,3	30,9	477,5	499,6	40,4
Asia y el Pacífico	354,8	371,3	30,3	284,0	306,3	24,8
Asia del Nordeste	167,1	169,1	13,8	142,1	154,3	12,5
Asia del Sudeste	108,5	117,1	9,5	104,2	111,1	9,0
Oceanía	47,7	51,3	4,2	14,3	15,6	1,3
Asia Meridional	31,6	33,8	2,8	23,4	25,2	2,0
Américas	306,0	313,5	25,6	192,7	199,6	16,1
América del Norte	239,7	243,8	19,9	127,5	130,7	10,6
El Caribe	28,5	30,2	2,5	24,1	25,2	2,0
América Central	11,4	12,3	1,0	10,2	10,7	0,9
América del Sur	26,3	27,2	2,2	30,8	32,9	2,7
Africa	32,7	33,9	2,8	53,4	57,7	4,7
África del Norte	8,9	9,0	0,7	18,0	18,6	1,5
África Subsahariana	23,8	24,9	2,0	35,4	39,1	3,2
Oriente Medio	58,7	58,0	4,7	57,0	55,6	4,5

Figura 2. Ingresos y llegadas por turismo en el mundo

Fuente: UNWTO Tourism highlights- Oct. 2017 Edition

¹ Classification based on the International Monetary Fund, see the statistical annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016, page 146 at www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29

2.2.3 Tipos de turismo

- **Turismo cultural:** es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. (OMT, 2019)

- **Ecoturismo :** El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.(OMT,2019)

- **Turismo gastronómico:** El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina.(OMT,2019)

- **Turismo rural :** El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.(OMT,2019)

- **Turismo de aventura:** El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. (OMT, 2019)

2.2.4 Turismo en Ecuador

Ecuador es un país sudamericano que en los últimos años ha visto crecer su actividad turística de manera significativa, gracias a la gran cantidad y concentración de recursos naturales en un área tan reducida; lo que aparentemente sería una desventaja se lo está tratando de convertir en una oportunidad de gran potencialidad ya que nuestro país es uno de los poseedores de la mayor biodiversidad del planeta; distribuidas en sus 4 regiones, de igual manera dentro del Ecuador podemos encontrar 5 reservas de la biosfera y ha sido reconocido por la UNESCO como patrimonio natural de la humanidad en dos de sus parques nacionales según lo manifiesta el (Mintur, 2014).

En los últimos años el Ecuador ha tratado de promocionarse a nivel internacional como un destino turístico atractivo en Sudamérica a través de ambiciosas campañas publicitarias que contienen imágenes e información completa del país y también mediante la participación en concursos organizados por prestigiosas revistas internacionales de turismo; en los cuales a través de nominaciones y por medio de la votación de viajeros y turistas; el Ecuador se ha hecho merecedor de importantes reconocimientos y premios en múltiples categorías.

Dentro de este contexto se requiere alinear a la provincia de Morona Santiago y sus jurisdicciones en esa dirección, de manera que podamos participar activamente y beneficiar en este caso en específico a la parroquia de Sevilla Don Bosco y sus habitantes del ingreso de recursos generados por la también denominada industria sin chimeneas.

2.2.5 Turismo de Ecuador en cifras

Se estima que Ecuador recibió aproximadamente 2, 427,600 de turistas en 2018 provenientes del extranjero que se traduce en 1043,4 millones de dólares en divisas; lo que representa el 2% del PIB y genera 134,774 empleos directos en establecimientos turísticos de acuerdo al catastro nacional provisional 2018.

- 1'418.159 visitantes en el año 2016
- USD 1.449,3 millones de ingresos por turismo durante 2016.
- El país con 5 años consecutivos de superávit en la Balanza Turística
- El turismo tiene un efecto multiplicador de 1,6 en la economía nacional
- Es la tercera fuente de ingresos no petroleros en 2016.
- Durante el 2016 la contribución total del turismo al PIB alcanza el 5,1%.
- El turismo receptor mueve USD 3'970.000 diarios en el 2016
- El turismo interno mueve USD 1,6 millones diarios en el 2016
- Al 2016 se contabilizan 28.848 establecimientos turísticos registrados.
- En el 2016 se realizaron 12.320 millones de viajes a nivel interno

El 72% de llegadas de extranjeros al Ecuador están motivadas por turismo, siendo el 51% de llegadas realizadas por personas económicamente activas, de las cuales el 54% corresponde a trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados y el 25% a profesionales, científicos e intelectuales, entre otros. El 39% de las llegadas de extranjeros motivadas por turismo se catalogó a personas no activas y el 10% restante fueron personas que no declararon su categoría de actividad y ocupación. (Mintur, 2017)

MESES	2014						2015					TOTAL
	QUITO	GUAYAQUIL	TULCÁN	HUAQUILLAS	OTRAS*	TOTAL	QUITO	GUAYAQUIL	TULCÁN	HUAQUILLAS	OTRAS*	
Enero	53.670	30.577	39.657	19.509	9.160	152.573	60.632	29.580	44.264	22.609	12.418	169.503
Febrero	52.796	29.079	16.816	20.117	5.776	124.584	52.240	26.601	15.456	18.973	6.469	119.739
Marzo	51.782	29.426	14.080	11.760	6.958	114.006	59.344	27.189	20.128	12.685	7.764	127.110
Abril	50.495	25.557	23.355	11.545	7.662	118.614	54.393	22.339	15.723	12.158	6.833	111.446
Mayo	52.610	26.418	13.271	11.957	6.918	111.174	56.771	23.225	14.498	12.096	5.790	112.380
Junio	63.525	29.112	19.014	12.190	5.215	129.056	63.585	29.184	20.868	11.587	6.825	132.049
Julio	69.222	37.282	24.512	16.833	6.393	154.242	69.686	31.945	25.489	19.617	7.855	154.592
Agosto	59.586	31.385	18.241	16.070	6.409	131.691	54.379	28.021	17.529	20.439	9.617	129.985
Septiembre	56.808	23.737	13.036	11.947	7.234	112.762	51.958	24.782	13.456	11.519	7.739	109.454
Octubre	59.772	24.102	16.479	16.270	7.831	124.454	56.355	23.735	13.650	15.427	8.360	117.527
Noviembre	62.978	27.062	14.633	14.862	8.025	127.560	60.595	25.731	14.283	12.510	8.517	121.636
Diciembre	72.076	31.824	26.362	16.960	9.053	156.275	61.652	30.936	20.844	16.674	8.936	139.042
TOTAL	705.320	345.561	239.456	180.020	86.634	1.556.991	701.590	323.268	236.188	186.294	97.123	1.544.463

Figura 3. Entradas al país por jefaturas migratorias 2014-2015, Incluye jefaturas de migración: Macara, Lago Agrio (Sucumbíos), Esmeraldas, Manta, San Lorenzo, Santa Cruz, San Cristóbal, Machala, Salinas, Latacunga, Puerto El Carmen (Putumayo), La Balsa (Chinchi), Nuevo Rocafuerte.

Fuente: Bases de datos entradas y salidas internacionales- INEC 2014-2015

2.2.6 Turismo en Morona Santiago

Morona Santiago es una de las provincias amazónicas del Ecuador que cuenta con una biodiversidad envidiable, es la segunda provincia más extensa del país con 25690 km² y está dividida en 12 cantones; cada uno de los cuales posee atractivos turísticos maravillosos que lastimosamente no han sido explotados turísticamente debido a la deficiente atención de las autoridades en materia de vialidad, lo que permitiría facilitar el acceso a estos lugares y beneficiar a sus habitantes con una fuente de ingresos alterna como sería la actividad turística en sus distintas manifestaciones. (Ecu Red contributors, 2019)

Para llegar a Morona Santiago existen varias opciones por vía terrestre:

- E 45 troncal amazónica que conecta Macas con el Puyo
- Vía Macas - Méndez - Guarumales - Cuenca
- E 46 vía que une a Macas con Riobamba
- Vía Gualacéo - Limón - Cuenca
- E 45 troncal amazónica Gualaquíza- Zamora – Loja - Machala



Figura 4. Mapa de carreteras Morona Santiago (Gifex)

En los últimos años la provincia de Morona Santiago a través de sus autoridades locales han detectado el gran potencial que posee la provincia en materia turística y han tratado de promocionar a la provincia y atraer turistas nacionales por medio de eventos artísticos internacionales (conciertos de Prince Royce, Marco Antonio Solís, Elvis Crespo, Américo, Alberto Barros, Grupo Elefante, Nacho, etc.) ferias agropecuarias, ferias gastronómicas, etc.; además cada año la prefectura celebra las fiestas de provincialización con una serie de eventos en cada cantón que van desde festivales internacionales de danza, festivales de música, eventos deportivos, certámenes de belleza entre otros para animar a turistas a conocer Morona Santiago la tierra de la

abundancia como reza su slogan anterior y también con el nuevo slogan provincial; Morona Santiago es Sangay.(Ecu Red contributors, 2019)

Otra fecha que ha cobrado gran interés en los últimos para visitar la provincia son los carnavales ya que en estas fechas los gobiernos locales organizan muchos eventos en coordinación con la empresa privada y de igual se recibe en cada cantón cientos de visitantes ávidos de respirar aire puro, de experimentar el contacto con la naturaleza en su máxima expresión, y es que Morona Santiago es eso; pluricultural y mega diverso, ya que confluyen armoniosamente culturas autóctonas como las nacionalidades Shuar y Achuar con los mestizos para recibir con alegría al turista y mostrar la abundancia y belleza de recursos en estado natural. (Ecu Red contributors, 2019)

2.2.7 Turismo en el cantón Morona

El cantón Morona con su capital Macas; también conocida como “La esmeralda oriental “es una pequeña ciudad enclavada en el valle del rio Upano, es una centenaria población flanqueada por 2 ríos; el Upano y el Jurumbaino que corren de norte a sur dando a la ciudad una singular apariencia y convirtiendo a la zona en fértiles tierras aptas para la siembra de cultivos tradicionales como la Yuca, plátano, papa china, caña de azúcar, entre otras variedades frutales; pero principalmente para el cultivo de pastizales necesarios para la cría del ganado vacuno que históricamente ha sido el principal medio de ingreso para los habitantes de la zona.(EcuRed contributors, 2019)

Durante años la ciudad de Macas ha recibido a migrantes de la sierra sur ya que era la carretera Macas - Cuenca la única vía de acceso terrestre; en los últimos años con la apertura de nuevas vías como la carretera Guamote - Macas y la Puyo-Macas ha recibido una oleada migratoria considerable de personas del centro del país dando a la ciudad un importante movimiento comercial.

Cada 29 de mayo Macas se viste de color para celebrar la fiesta de su cantonización y es el GAD Del cantón Morona el encargado de programar

una serie de eventos diseñados para deleitar a propios y visitantes entre los cuales podemos identificar actividades culturales, deportivas, gastronómicas, artísticas, recreacionales, etc. (EcuRed contributors, 2019)

Otras fechas clave dentro de las celebraciones de Macas son el 18 de febrero y el 5 de agosto de cada año, fechas en las cuales el pueblo de Macas conmemora a su patrona “La Purísima de Macas”; esta es una manifestación religiosa muy arraigada en la ciudad principalmente en los habitantes nativos del lugar y reciben fieles y turistas de toda la provincia, así como también visitantes de provincias vecinas. (EcuRed contributors, 2019)

Carnaval es otra fecha a considerar en el calendario turístico del cantón Morona ya que recibe una cantidad impresionante de turistas procedentes de todo el país, pero especialmente de turistas de la sierra que salen en busca de una alternativa económica para vacacionar en esa época y aprovechar la agradable temperatura que ofrece la ciudad y al mismo tiempo disfrutar de la gran variedad de eventos programados para esos días de asueto. (EcuRed contributors, 2019)

El feriado de navidad y año nuevo es otro punto a tomar en cuenta en Macas, debido a la forma en que se despide al año viejo y se recibe al año nuevo, es una celebración muy tradicional y se lo realiza de acuerdo a la vieja usanza con la participación de todos los barrios en un singular concurso; en el cual cada individuo tiene un papel que cumplir dentro de las comparsas, en la fabricación de tarimas, fabricación de los muñecos, escritura de coplas o testamentos, organización de juegos populares, etc. Y es en esta fecha que todas las personas que en algún momento emigraron de Macas regresan para unirse en un abrazo fraterno con sus parientes, vecinos o simplemente coterráneos, desearse los mejores augurios para el año nuevo y amanecer bailando en diferentes puntos de la ciudad.

El cantón Morona políticamente se divide de la siguiente manera:

Parroquia urbana: Macas (cabecera cantonal)

Parroquias rurales: General Proaño, San isidro, Alshi, Zuñac, Sinaí, Cuchaentza, Rio Blanco y Sevilla Don Bosco. (EcuRed contributors, 2019)



Figura 5. Mapa político del cantón Morona. (Cultura Macabea, 2010)

2.2.8 Atractivos turísticos inventariados de la parroquia Sevilla Don Bosco por el Ministerio de turismo.

Existen atractivos de gran potencialidad que con un poco de inversión en accesibilidad e infraestructura podrían llegar a convertirse en fuentes permanentes de recursos directos e indirectos, tanto para el GADSDB como para los habitantes de la parroquia ubicados en las inmediaciones de los mismos respectivamente en caso de pertenecer al sector público y para los dueños del atractivo en caso de ser parte del sector privado.

Tabla 1. *Atractivos Turísticos De La Parroquia Sevilla Don Bosco*

<u>#</u>	<u>Nombre</u>	<u>Jerarquía</u>	<u>Categoría</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Tipo</u>	<u>Subtipo</u>
1	Bosque de arrayanes	II	824301E 9761428N	Sitios Naturales	Bosque	Bosque B. oriental
2	Rio Yuquipa	II	0826382E 9741038N	Sitios Naturales	Ríos	navegable
3	Comunidad de Miasal	II	855622E 9709664N	Manifestaciones culturales	Etnográfica	Etnia Shuar
4	Artesanía shuar	II	0825174E 9760248N	Manifestaciones culturales	Etnográfica	Etnia shuar
5	Granja integral Don Bosco	II	0822975E 9744344N	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centro de producción
6	Granja integral Quilamupe	II	0825090E 9753118N	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	
7	Huerto familiar San Antonio	II	0824696E 9750810N		Parroquia Sevilla Don Bosco	
8	Sevilla Don Bosco	II	0822410E 9744092N	Manifestaciones culturales	Etnográfica	Etnia shuar

Fuente: Ministerio de turismo - Gerencia Regional Amazónica 2014

Elaborado por: Rodríguez H. (2016)

2.2.9 Atractivos turísticos identificados en la parroquia Sevilla Don Bosco sin inventariar en el Ministerio de turismo.

Como lo habíamos mencionado la parroquia de Sevilla Don Bosco posee una gran potencialidad turística por explotar en diferentes manifestaciones culturales y lo único que necesitan para darse a conocer son la convicción de la importancia de la creación de una cultura turística en autoridades y el pueblo en general a través de plan integral de capacitación que abarque a todos los actores.

Tabla 2. *Atractivos Turísticos No Inventariados Por El Ministerio de turismo*

#	<u>Nombre del atractivo</u>	<u>jerarquía</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Categoría</u>	<u>Tipo</u>	<u>Subtipo</u>
1	Gruta de La virgen	II	0821756E 9743435N	Manifestaciones culturales	Etnográfica	Manifestaciones religiosas
2	Jardín botánico San José de los canelos	II	0824719E 9751957N	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas científicas	Jardines botánicos
3	Playas del río Upano	II	0822055E 9745258N	Sitios naturales	ríos	riveras
4	Cascadas de santa Rosa	II	0824539E 9756916N	Sitios naturales	ríos	cascadas
5	Cascada de San Pedro de Chuwints	II	0825172E 9735998N	Sitios naturales	ríos	cascadas
6	Centro Gastronómico Yawi	II		Manifestaciones culturales	Etnográfica	Etnia shuar

Fuente: Rodríguez H, (2016)

De acuerdo al tipo de atractivos turísticos identificados en la parroquia podríamos deducir que de la gran variedad de tipos de turismo existentes en la actualidad; estos dos son los que mejor encajarían con la realidad del poblado

- **Ecoturismo:** La parroquia Sevilla Don Bosco al ser poseedora de una riqueza cultural étnica que alberga la cultura Shuar con todas sus manifestaciones (gastronomía, cosmovisión, ritualidad, etc.) y de recursos naturales y biológicos en estado virgen en muchos de los casos es un lugar propicio para la realización de actividad turística bajo esta denominación.

- **Turismo rural:** Las características geográficas de la zona, sumadas al tipo de labores que realizan como medios de sustento los habitantes de la parroquia también enmarcarían a Sevilla Don Bosco dentro de esta modalidad de turismo.

3. Análisis Estratégico Situacional

3.1 Análisis Pesta

“El análisis PESTA (acrónimo para Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico y Ambiental) es una herramienta simple y ampliamente utilizada que ayuda a analizar los cambios políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ambientales en el entorno del negocio” (Sy Corvo, 2019).

El nuevo componente es:

“El factor ambiental se agregó hace solo unos años, ya que la importancia de este factor ha venido creciendo. Esto ayuda a comprender las fuerzas de cambio a gran escala a las que se está expuesto y, a partir de allí, aprovechar las oportunidades que se presenten” (Sy Corvo, 2019).

3.1.1 Aspecto político

Luego de un periodo de 10 años, en el gobierno de la denominada revolución ciudadana con una aparente estabilidad económica el país; pasó en la actualidad con la transición de autoridades a un ambiente más calmo pero en realidad con un marcado déficit presupuestario, consecuencia de ello la situación en la localidad no es muy diferente y se puede palpar la escasa acción de las autoridades locales.

El gobierno autónomo descentralizado de la parroquia es el ente gubernamental encargado de gestionar, contratar y ejecutar la obra pública en la localidad, en estrecha coordinación con el GAD del cantón Morona y se compone de la siguiente manera: Presidente del GAD Parroquial representado en la actualidad por el Ing. Fabricio Narváez, Jimpikit Chiriap vocal OOPP, Rosita Awananch vocal de cultura y deporte, Clemente Tsunky comisión de compras públicas.

La representación parroquial está en manos del partido político Pachakutik, mientras la administración cantonal está presidida por la agrupación política CREO; esta brecha ideológica podría en teoría representar una amenaza para que exista una coordinación fluida entre los dos entes; a pesar de ello existe un compromiso en firme por parte de las autoridades de dejar diferencias a un lado y trabajar mancomunadamente con el propósito de sacar sus propuesta políticas avante.

Al ser Sevilla don Bosco, parroquia del cantón Morona, está sujeta a las ordenanzas, normativas y resoluciones que se expidan en el GAD del cantón Morona e incluso el presupuesto asignado a obras y partidas a efectuarse en la parroquia dependen de la elaboración anual del presupuesto participativo del municipio del cantón Morona, de igual manera en lo que respecta al aspecto de uso de suelos, patentes municipales para el funcionamiento de negocios, permisos del cuerpo de bomberos tienen una relación directa con la dependencia cantonal(Plan desarrollo y ordenamiento territorial SDB,2014, p.8).; y considerando que:

La ciudad de Macas y el cantón Morona, a lo largo de su historia no ha tenido un correcto instrumento de planificación urbanística o desarrollo territorial lo que ha producido un crecimiento desordenado de la ciudad. Así mismo el ornato de la ciudad se ha visto afectado ya que las ordenanzas que se han propuesto no han contenido normas claras de cumplimiento, procedimiento y sanción. (Ordenanza de construcciones y Ornato del cantón Morona, 2015, p. 1)

Además se menciona que “En la elaboración de las ordenanzas que se han realizado en administraciones anteriores se ha omitido la participación de los diferentes sectores de la ciudadanía y no se ha considerado que el cantón Morona es una zona eminentemente turística” (Ordenanza de construcciones y ornato del cantón Morona, 2015, p. 1).

Y también que “No se ha regulado áreas de parqueo en construcciones de edificios y hoteles, dificultando la prestación de un servicio de calidad a los turistas al mismo tiempo que ha perjudicado el desarrollo del tránsito y transporte” (Ordenanza de construcciones y ornato del cantón Morona, 2015, p.1)

En consecuencia de ello podemos destacar las siguientes que se han emitido recientemente y relacionan con el aspecto turístico constructivo:

Art. 16.- Las edificaciones destinadas a actividades comerciales, multifamiliares, de servicio público, privado, hospedaje, alimentación,

deportivas, recreativas, educativas, religiosas y otras de similares características deberán contar con el certificado de habitabilidad, otorgado por la Dirección de Gestión de Control Urbano, Rural y Catastros mismo que deberá estar de acuerdo a los planos aprobados, cumplir los requerimientos legales y normas arquitectónicas.

Art.17.- Si la construcción está destinada a actividades públicas, comerciales, educativas, culturales, turísticas, hoteleras, o edificaciones destinadas a departamentos y otras de similares características, estas deberán ser planificada tomando en cuenta lo siguiente:

1. El libre acceso a personas con discapacitadas o personas vulnerables de acuerdo a las normas INEN.
2. Zonas de parqueo vehicular uno por cada unidad de vivienda o local comercial, cuyo acceso y salida no obstruya la libre circulación, estos podrá ubicarse a un radio no mayor de 1000 metros, si fuera el caso deberán presentar el contrato de arrendamiento.
3. Para edificios públicos e instituciones educativas se planificará una zona de parqueo para bicicletas.

La tenencia política parroquial de Sevilla don Bosco de igual manera depende de la gobernación de la provincia en lo que respecta al aspecto político, cumplimiento de la ley por parte de ciudadanía, de los comercios, y velan por la seguridad ciudadana en coordinación con la policía. (Ordenanza de construcciones y ornato del cantón Morona, 2015, p.7)

También se menciona en el documento los siguientes artículos que se relacionan con el ordenamiento territorial y rezan de la siguiente manera:

Qué; el Artículo 297 del COOTAD determina Objetivos del ordenamiento territorial.- El ordenamiento del territorio regional, provincial, distrital, cantonal y parroquial, tiene por objeto complementar la planificación económica, social y ambiental con dimensión territorial; racionalizar las intervenciones sobre el territorio; y, orientar su desarrollo y aprovechamiento sostenible, a través de los siguientes objetivos: a) La definición de las estrategias territoriales de uso. Ocupación y manejo del suelo en función de los objetivos económicos, sociales, ambientales y urbanísticos. . (Ordenanza de construcciones y ornato del cantón Morona, 2015, p.3)

Qué, el Art. 466 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, determina que dentro de las atribuciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, de manera exclusiva le corresponde el control sobre el uso y distribución del suelo en el cantón, por lo cual los planes y políticas de ordenamiento territorial, racionalizarán las intervenciones en su territorio, orientando el proceso urbano y territorial del cantón para lograr un desarrollo armónico sustentable y sostenible, a través de la mejor utilización de los recursos naturales, la organización del espacio, la infraestructura y las actividades conforme a su espacio físico, con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes. . (Ordenanza de construcciones y ornato del cantón Morona, 2015, p.4)

Toda esta normativa tiene la finalidad de coadyuvar en beneficio del cantón Morona y por consiguiente de la parroquia de Sevilla don Bosco mediante la dotación de un marco legal que normalice las actividades que comprenden el desarrollo físico y de dotación de infraestructura para actividades comerciales, turísticas, etc.

La tenencia política parroquial de Sevilla don Bosco es el ente que se encarga de velar por la aplicación de la ley en todas sus expresiones y depende de la gobernación de la provincia, esta dependencia controla el orden y procura la convivencia armónica de los habitantes incentivando el cumplimiento de la ley por parte de ciudadanía, de los comercios y otros establecimientos, etc. Y además velan por la seguridad ciudadana en estricta coordinación con la policía asignada en la UPC comunitaria.

3.1.2 Aspecto Económico

La economía de Sevilla don Bosco gira en torno a la actividad primaria de producción como lo demuestran los estudios:

“El sector económico de la parroquia Sevilla Don Bosco se caracteriza por una fuerte preponderancia del sector primario, tanto en hombres como en mujeres, luego se ubica el sector terciario (servicios), siendo muy bajo el porcentaje de actores dedicados al sector de la transformación (valor agregado)” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 88).

“La población económicamente activa en la parroquia Sevilla Don Bosco, según datos del Censo de población y vivienda del año 2010, corresponde a 6957

personas, considerando a las personas mayores de 14 años, exceptuando a aquellas que no trabajaron. Toda la PEA se ubica en zona rural, existiendo un balance entre hombres y mujeres” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 84).

“Por rama de actividad, las cinco primeras actividades a que se dedica la población económicamente activa, son: - Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. - Enseñanza. - Construcción (excepto en mujeres que se reemplaza por actividades en el hogar). - Comercio al por mayor y menor. - Administración pública y defensa” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 84).

La forma de organización económica en la parroquia es la economía popular y solidaria así se demuestra “Cuando se analiza el aporte que tiene la economía popular y solidaria en la vida económica de la parroquia Sevilla Don Bosco, se encuentra que el 65.2% corresponde con actividades relacionadas con este tipo, mientras que únicamente el 3% se refiere a actividades industriales” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Sevilla don Bosco, 2015, p. 87).

La agricultura como principal actividad económica se divide en cultivos permanentes y cultivos transitorios como se detalla a continuación:

“Al año 2000, la base agro productiva de cultivos permanentes de la parroquia, era de 1472.18 ha, que estaba encabezada por los cultivos de plátano, banano, naranjilla, caña de azúcar, café, palmito, orito y cacao, luego estaba un mosaico de cultivos entre los que figuraban los frutales” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Sevilla don Bosco, 2015, p. 90).

Mientras que “La superficie de cultivos transitorios ascendía a 1366.36 ha, que tenían como base a los cultivos de papa china, yuca, camote, malanga, maíz duro seco y maní” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Sevilla don Bosco, 2015, p. 90).

De igual manera al ser la actividad pecuaria otro de los principales rubros de ingreso tenemos que:

“Los pastos cultivados cubrían una superficie de 9508.8 ha, correspondiendo en su mayor porcentaje a gramalote (89%), y unas superficies marginales de cetaria (2%), pasto elefante (3%) y pasto mixto (6%)” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Sevilla don Bosco, 2015, p. 91).

En el año 2015 “la parroquia tiene un aproximado de 6400 Unidades Bovinas, con un promedio de rendimiento de 3.65 litros diarios por UBA” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Sevilla don Bosco, 2015, p. 92).

Estos son los principales medios de ingresos económicos pero podríamos mencionar también otras actividades pecuarias como la porcicultura, avicultura, silvicultura en menor escala, además de la existencia de otros negocios y emprendimientos.

De lo expuesto podemos darnos cuenta que la actividad turística y recreativa no consta entre los principales rubros económicos de la parroquia; lo que podría interpretarse como una oportunidad de inversión con una adecuada planificación y manejo de los proyectos.

Además podemos deducir que por el momento la economía de la parroquia se encuentra estancada y necesita diversificar sus medios de ingresos apostando por otras actividades económicas que sirvan de complemento para estructurar a Sevilla don Bosco como un producto turístico completo.

3.1.3 Aspecto Sociocultural

“La población de la parroquia Sevilla Don Bosco, al año 2015, con relación al censo del año 2010, muestra un crecimiento de poco más de dos mil seiscientas personas, pasando a una población de poco más de 16059 habitantes” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 56).

“La tasa de crecimiento de la parroquia Sevilla Don Bosco en el período censal 2000 a 2010 se ubicó en 3.67%, mientras que en el período 1990 al año 2000 fue de 6.32% lo que se evidencia una reducción en la tasa de natalidad” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 57).

La parroquia Sevilla Don Bosco en el período 1999 hasta el año 2015 según las proyecciones del INEC, ha pasado de una cantidad de 2.4 habitantes por kilómetro cuadrado a 7 hab/km² ; sin embargo considerando la población resultado del trabajo de campo realizado por el equipo técnico consultor, vemos que la densidad poblacional ha alcanzado 8.36 hab/km². (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p. 62)

El comportamiento del crecimiento de la población entre los años 2001 y 2010 para la parroquia Sevilla Don Bosco, muestra las siguientes características: En las mujeres existieron incrementos en las poblaciones en edades comprendidas entre los 5 y 14 años, así como en edades comprendidas entre 20 y 39 años. Decreció la población de mujeres en edades comprendidas

de 1 a 4 años, así como en los 15 a 19 años, de 40 a 44 años y de 55 a 59 años.

En cuanto a hombres la población en edad de 10 a 14 años, de 20 a 29 años y de 40 a 45 años se produjo un crecimiento considerable, en contraste se redujo la población en edades comprendidas de 1 a 9 años. En la parroquia Sevilla Don Bosco, se encuentra una población joven en plena etapa de crecimiento, puede apreciarse que la población menor de 1 año, tanto en hombres como mujeres, se mantiene constante en la proporción. Lo que permite definir que en un futuro cercano se mantendrá una población joven en el promedio de la parroquia. Esta particularidad permite definir una población económicamente activa de entre 19 a 29 años de edad; recurso humanos adecuado que día a día aporta para el desarrollo de la parroquia, sin dejar de observar el aporte de la institución para la profesionalización de sus habitantes. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.58)

En lo referente a la educación se ha encontrado que:

El nivel de instrucción, determinado en la población mayor de 15 años, en forma mayoritaria han alcanzado la primaria, luego el nivel secundario, el nivel superior tiene un porcentaje de 5.30% de la población; observamos que las mujeres representan un mayor porcentaje en educación primaria, sin embargo al analizar los siguientes niveles de educación desde la secundaria hasta la educación superior y postgrado, los hombres representan un mayor porcentaje, esto influye grandemente en el desarrollo interpersonal de las familias y la población de la parroquia. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.65)

3.1.4 Aspecto tecnológico

“El campo de las telecomunicaciones es fundamental para el progreso de los pueblos, lo cual es evidente en el acceso a Telefonía fija (fija cobre y fija CDM 450), celular e internet, en el territorio de la parroquia Sevilla Don Bosco “(Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.126).

Telefonía Fija.- En la parroquia Sevilla Don Bosco, según la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, a la fecha existen 389 líneas fijas

(abonados); lo cual significa que el mayor porcentaje del territorio de la parroquia se encuentra bajo en cobertura de este servicio.

Internet.- El Internet facilita las relaciones comerciales, la comunicación y lo que es más, mejorando el sistema educativo; actualmente este servicio en la parroquia de Sevilla Don Bosco es deficitario, puesto que la mayor cantidad de comunidades, sobre todo del territorio Transkutucú es carente de este servicio y en las comunidades donde llega el servicio, la cobertura es menor al 40% de la población.

Telefonía Celular.- Actualmente este servicio en la parroquia Sevilla Don Bosco Igualmente es deficitario, la mayor parte de comunidades no tiene acceso a este Servicio y en el territorio que si tiene cobertura no pasa del 40% de la población. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.126).

“Se encuentra que la parroquia en términos generales tiene una cobertura promedio en telecomunicaciones del 9.48% siendo la cobertura en teléfono móvil la que más radio de cobertura tiene, mientras que el internet es la menor cobertura parroquial”. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.126).

3.1.5 Aspecto Ambiental

Dentro del aspecto ambiental consideraremos los siguientes parámetros de evaluación:

3.1.5.1 Clima

Las estaciones del año en la parroquia de Sevilla Don Bosco son

Bastante variables por lo cual es difícil determinarlas con precisión. Su territorio Presenta variaciones climáticas durante todo el año a causa de la evapotranspiración, y la humedad relativa de la atmósfera sobre sus bosques. Los efectos de convención que se producen en los flancos orientales de los Andes ocasionan que la parroquia de Sevilla Don Bosco reciba lluvias constantes durante todo el año; y, los períodos de Baja precipitación en la región corresponden a la estación seca en los Andes asociados directamente con los movimientos de la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT) De ahí

que el clima de la parroquia de Sevilla Don Bosco en su mayoría es tropical Mega térmico Húmedo, el cual presenta las siguientes características. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.35)

3.1.5.2 Ecosistemas, áreas protegidas y servicios ambientales.

La parroquia cuenta con el Área protegida Kutukú. La idea de crear una red de áreas protegidas en la Cordillera del Cóndor nace con las evaluaciones biológicas rápidas realizadas por Conservación Internacional que catalogan a la Cordillera del Cóndor como un área con un altísimo nivel de endemismo de aves y a las cordilleras del Cóndor y del Kutukú, principalmente en la parte sur, como “puntos calientes” -lugares con diversidad extraordinariamente alta- para el endemismo de plantas. Se lo declaró Bosque Protector el 10 de Julio de 1990. Tiene una superficie de 311.500 hectáreas se encuentran dentro de la cordillera de Kutukú – Shaimi. La superficie del bosque que se encuentra en la parroquia es de 230.558 ha. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.42)

En la flora tenemos en representación de especies arbóreas de este lugar está el laurel, pero esto ha causado problemas ya que por la tala de este árbol se ha llegado a una disminución de un 70% la cantidad del bosque natural.

La declaratoria de bosque Protector, mitigará, de alguna manera la depredación de esta y otras especies arbóreas que aún quedan en el lugar. Especies representativas: Bejucos, palmeras, las cuales son utilizadas para la cestería familiar, uso doméstico o construcción de viviendas. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.42)

“En la fauna, se encuentran: puerco de monte, saíno, tapir, mono araña, mono barizo, mono chichico, capibara, guatusa, cuchucho, cusumbo, guatín, jaguar, tigrillo, gavián pollero, loros, águila pescadora, pava de monte, tortuga, lagartos, caimán” (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial SDB, 2015, p.43).

3.2 Las 5 fuerzas de Porter

“Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa.”(Riquelme, 2015).

Que según Riquelme (2015) consiste en:

“Es un completo análisis de la empresa por medio de un estudio de la industria en ese momento, con el fin de saber dónde está colocada una empresa con base en otra en ese momento”.



Figura 6. Diagrama de las fuerzas de Porter. Tomada de 5 fuerzas de Porter.com. <https://www.5fuerzasdeporter.com/wp-content/uploads/2015/06/las-5-fuerzas-deporter.jpg>

3.2.1 Existencia de productos sustitutos

Los productos sustitutos constituyen una realidad en cualquier tipo de negocio que se emprenda; y en el caso de un destino turístico, vamos a encontrar una variedad considerable de servicios turísticos o recreativos que disputen la atención de los clientes potenciales hacia los cuales direccionemos nuestra oferta; en este caso específico los productos sustitutos de nuestro destino turístico lo construirían las ofertas de servicios turísticos ofrecidos por las otras parroquias y por la ciudad de Macas; que en realidad apuntan hacia otra modalidad turística, pero sin duda se constituyen en competencia para disputar la decisión final de los visitantes.

3.2.2 Poder de Negociación de Proveedores

Los proveedores en esta propuesta lo constituirían los Operadores turísticos, agencias de viajes; entes relacionados directamente con el quehacer turístico pero que no tienen una relación de pertenencia con la localidad. Estas organizaciones vienen a ser intermediarios entre la oferta turística disponible con los turistas o visitantes y son muy necesarios ya que en la mayoría de los casos estas poseen mucha experiencia en el quehacer turístico y manejan de muy buena manera las relaciones publicas, tienen amplias y variadas carteras de clientes individuales, corporativos, en tal virtud pueden convertirse en aliados estratégicos en planes de promoción para los destinos turísticos; por esta razón el poder de negociación de ellos es considerable y pueden ejercer presión para conseguir mejores precios en relación al volumen de consumo, lógicamente en desmedro de la utilidad del ofertante directo del servicio turístico; pero lo podrían compensar al atraer consumo en volumen.

3.2.3 Poder de negociación de los clientes

En este caso en específico al ofertar a la Parroquia de Sevilla don Bosco como un destino turístico integral, en desarrollo y que cuenta con una cantidad considerable de productos similares ofertados por competidores dentro del mismo cantón Morona; los servidores turísticos y comerciantes de la parroquia deberían ser conscientes de esta realidad y preciar sus productos y servicios de una manera competitiva para evitar que los visitantes empiecen a hacer comparaciones y realicen exigencias exageradas en cuanto a la prestación del servicio a cambio del pago de un mínimo importe, es decir se debería tratar de neutralizar ese poder de negociación con una adecuada estrategia de diferenciación, con la entrega de calidad en productos y servicios y con la creación de un valor agregado perceptible.

3.2.4 Amenaza de entrada de nuevos competidores

El Turismo en la actualidad está en crecimiento en la provincia de Morona Santiago y en el cantón Morona en específico; por esta razón todo el tiempo aparecerán nuevos competidores para disputar los nichos o mercados turísticos; entonces el éxito del proyecto dependerá de las barreras que se utilicen para contrarrestar esa amenaza, las cuales pensamos podrían basarse en varias acciones como:

- Establecer una adecuada política de precios
- Ofrecimiento de servicios claramente identificables por los clientes gracias a una estrategia de diferenciación.
- Reducción de costos operacionales gracias al trabajo en equipo de todos los componentes de la oferta turística integrada, para lograr imponerse a competidores que trabajan de manera individual con productos similares en el cantón Morona.
- Trabajar en conjunto entre emprendedores locales, y gobiernos seccionales para que la inversión realizada sea significativa y se aprecie ante los ojos de los visitantes el esfuerzo y dedicación destinados a la elaboración del producto.
- Manejo adecuado de relaciones públicas con carteras de clientes corporativos, agencias de viajes, operadores turísticos y prestadores de servicios turísticos no disponibles en la localidad.

3.2.5 Rivalidad entre las empresas

Este hecho va a ser inevitable; pero pensamos que podría ser más manejable si se lo enfrenta en conjunto; es decir presentando a la parroquia como un producto turístico integral perfectamente coordinado y organizado en todas sus facetas; esto se lo podría conseguir únicamente con capacitación y establecimiento de un compromiso ciudadano que demuestre la convicción de que el beneficio comunitario estaría por encima de intereses personales.

Al fin y al cabo una sana competencia beneficia a todos; al consumidor por que hace que los proveedores de servicios turísticos se esmeren en presentar ofertas de calidad y a los servidores turísticos porque aumentan los volúmenes de consumo y por ende mejoran la rentabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo.

4. Análisis de estrategias de mercadotecnia (Mezcla de mercadotecnia)

Uno de los conceptos más famosos y clásicos de cuando estudiamos Publicidad y Marketing, es la mezcla de mercadotecnia o Marketing Mix.

El concepto fue creado por el profesor Jerome McCarthy y difundido por Philip Kotler.

Quien ya ha estudiado el asunto, probablemente ha dedicado una porción de su tiempo para recordar y tener en la punta de la lengua, el significado de la mezcla de mercadotecnia, formada por las 4p's: Producto, precio, plaza, promoción. (Borragini, 2017)

4.1 Producto

El turismo en Sevilla don Bosco está representado por las siguientes actividades: La Gastronomía, las expresiones culturales como; Danzas, ritualidad y Chamanismo, visitas a la naturaleza, deportes extremos, Religiosidad, etc. Estas actividades se realizan en diversos puntos de su geografía, la parroquia como lo habíamos mencionado anteriormente es bastante extensa y cuenta con muchas comunidades indígenas dispersas (Miazal, Buena Esperanza, San Luis; Kusuimi, etc.) y en cada lugar de estos se pueden encontrar recursos turísticos y habitantes nativos dispuestos a servir de guías en las actividades que en ese momento se les soliciten; es decir las actividades turísticas también se las realizan de una manera informal ; dentro de estas actividades encontramos el senderismo, las caminatas, las observaciones de flora y fauna, avistamiento de aves, las demostraciones de técnicas de caza y pesca propias de la cultura Shuar, la guianza hacia lugares atractivos en las riveras de sus ríos e incluso la navegación.

Otras de las actividades que se pueden realizar es asistir a presentaciones de danzas de la cultura Shuar y otras expresiones culturales de esta etnia milenaria en donde también se pueden conseguir recuerdos y suvenires hechos por artesanos locales.

Otra actividad que se puede realizar en el poblado es conocer las expresiones de religiosidad y devoción hacia la virgen Purísima de Macas y conocer las leyendas e historias creadas acerca de sus apariciones. De la misma manera resulta interesante

conocer la historia del asentamiento de los primeros religiosos de la comunidad salesiana en la localidad y de la culturización y evangelización del pueblo Shuar.

La mayor parte de turistas llegan por iniciativa propia o por recomendación de habitantes de la ciudad de Macas; pero también se reciben grupos guiados por servidores turísticos.

Para realizar actividades referentes a manifestaciones culturales como la ritualidad, Chamanismo y los deportes extremos se lo deben realizar por medio de operadores turísticos ubicados en la ciudad de Macas al igual que las visitas programadas a los huertos familiares existentes; para poder organizar y coordinar con las comunidades anfitrionas.

4.2 Precio

Los precios a los que se comercializa los servicios turísticos dependen de la actividades que se programen y si se lo hace a través de un operador turístico certificado o informalmente; así podemos encontrar que una guianza de un nativo local se puede conseguir pagándole en el rango de los 15-25 dólares diarios más la alimentación; realizando varias actividades de las anteriormente expuestas y con un grupo de hasta 10 personas lo que indudablemente es un precio muy competitivo, pero que incluye solo la guianza.

Si lo que buscamos es un tour más seguro y garantizado se debería contactar un operador local en la ciudad de Macas el costo se va incrementar pero las ventajas también, ya que el costo va a ser por persona y dependiendo del paquete y las condiciones; entonces tendremos que el precio está en el rango de los 40-60 dólares diarios por persona.

Así por ejemplo:

- Paquete de 1 día a Buena Esperanza con la operadora Tsuirim Viajes Cia Ltda.

Salida 8.30 am Regreso 5. 30 pm Actividades (senderismo, visita a comunidad Shuar, navegación en el río Yuquipa, almuerzo con familia Shuar, Baño y Pesca en el río, ritual de limpieza y purificación.

Incluye transporte de ida y vuelta, Uso de botas de caucho de requerirse y poncho de aguas.

Costo 50 dólares por persona.

- Este mismo paquete con pernoctación en la comunidad una noche y el regreso al siguiente día por la mañana.

Costo 70 dólares por persona.

- Paquete Miazal 4 días – 3 Noches todo incluido Operadora Tsuirim Viajes Cía. Ltda.

Actividades a realizar (caminata por bosques primario, senderismo, navegación, Pesca, danza shuar, ritualidad y chamanismo, visita a laguna de lagartos, baños en las cascadas de agua caliente y agua fría, observación de flora y fauna, avistamiento de aves, visita a las minas de sal, etc.)

Este tour se lo puede realizar ingresando a Miazal por avioneta en un vuelo de 25 minutos o también a través de un viaje primero en vehículo de 4 horas hasta puerto Morona y luego navegando en peque-peque otras 5 horas en un viaje de aventura sin igual por el río Mangosiza.

Costo del paquete 300 dólares por persona en vehículo

370 dólares por persona en avioneta

- Reserva ecológica Nántar en Buena Esperanza

¿Cómo llegar?

Desde Macas se puede tomar un bus hasta la comunidad de buena esperanza con un recorrido de aproximadamente 45 minutos, posteriormente una caminata de 30 minutos hasta el río Yuquipa, luego una navegación de 25 minutos por canoa hasta la Reserva Ecológica Morona Santiago

Costo Paquete de un día: 80,00 Paquete dos días: 120,00

Estos paquetes los puede adquirir con Travesía Jungle Cía. Ltda. Agencia de Viajes y Operadora de Turismo.

- Agencia de viajes Suritiaknua Cía. Ltda.

Esta agencia oferta precios de 40 dólares por día/persona nacionales y 60 dólares extranjeros para tour dentro de un rango de 30 km de la cabecera parroquial.

Incluye Guianza, refrigerio, transporte, almuerzo.

- Tour Miazal 4 días y 3 noches todo incluido desde 120 hasta 150 dólares diarios.
- Existen otros paquetes turísticos que se publican en los anexos.
- Con respecto a los precios de los alojamientos en las hosterías de la parroquia Publicamos algunas de ellas:
Hostería farallón 40 dólares por noche, solo el uso facilidades 5 dólares
Hostería arrayan y piedra 68 dólares por noche, solo facilidades 15 dólares
Hostería mansión de la amazonia
Alojamiento Villa Hilda 12 dólares por noche
- Los complejos turísticos como:
Complejo de la familia Ayuy 1 dólar
Balcón del rio 5 dólares
Complejo rio sol 5 dólares
Quinta recreacional Portón del Sol 3 dólares
- El precio de alimentación promedio en la parroquia 2,50 dólares.
- Ver más tours (Anexos)

4.3 Promoción

La promoción e información turística de la parroquia Sevilla don Bosco como tal la podemos encontrar a través de varios portales web; entre los que mencionaremos:

- La página web del Gobierno Autónomo Descentralizado de Morona Santiago denominada Morona Santiago es Sangay, en este portal existe información detallada de lugares turísticos de cada uno de los 12 cantones que componen la provincia
- El Gobierno autónomo descentralizado del cantón Morona actualmente se encuentra realizando una consultoría con la finalidad de actualizar la información turística del cantón y sus parroquias y piensan implementar una campaña integral de turismo multimediatca.

- La zonal 6 del Ministerio de turismo tiene una página en redes sociales, específicamente en Facebook en donde también se informa y promociona la actividad turística provincial.
- Otra modalidad de promoción que utiliza el gobierno autónomo provincial es el uso de banners en las vías de acceso a la provincia en donde se exhiben fotografías representativas del turismo local.
- Otra modalidad de promoción turística utilizada por las autoridades es; en época de festividades o feriados asistir a medios de comunicación de alcance nacional e invitar a conocer la provincia en general con todo su potencialidad y dar a conocer la programación de eventos detallada.
- Los operadores turísticos privados tienen sus propios medios de promoción en redes sociales en los cuales promocionan sus paquetes turísticos, posteando fotografías, promociones, realización de eventos, etc.
- Existen operadores turísticos como Tsuirim Cía. Ltda. que se promocionan a través de guías turísticas internacionales como Lonely planet; como nos manifestó su representante Leonardo Salgado.

4.4 Plaza o Lugar

Sevilla don Bosco es un alegre pueblo rural en el cual todo el movimiento comercial se desarrolla alrededor de la plaza central pero en el que sus atractivos turísticos así como su infraestructura turística se encuentra dispersa.

El centro gastronómico Yawi justo frente al parque central parroquial es donde se puede encontrar todo tipo de platillos y bebidas propios de la cultura Shuar como el caldo de caracha, caldo de Guanta, chicha de yuca, chicha de chonta, Guayusa, los ayampacos de pollo, pescado, los muquindes (chontacuros), añangos (hormigas), entre otras exquisiteces; en este mismo lugar se puede encontrar frutos y productos propios de la zona como: plátanos verdes, huamboyas, oritos, papa china, moretes, sachi, pelmas, Tuyo, palmito, chontaduros, copal, etc.

La gruta de la virgen Purísima de Macas es un lugar al cual se accede después de bajar por un escarpado acantilado cerca a la rivera del río Upano; y en la cual se pueden observar numerosas expresiones de agradecimientos de fieles devotos que

llegan 2 veces al año con multitudinarias procesiones en los meses de (Febrero y Agosto) para renovar sus juramentos de devoción.

En la parroquia de Sevilla también encontramos las instalaciones de la misión salesiana mismas que aún conservan algunos de los rasgos arquitectónicos originales del internado para jóvenes nativos creado por los religiosos alrededor de los años 40 y dentro de las cuales también se encuentra la granja ecológica en la cual los jóvenes realizan las prácticas agropecuarias como crianza y cuidado de porcinos, de ovinos, la piscicultura, crianza y cuidado de cuyes, y cultivos de ciclo corto; además este complejo cuenta con un observatorio natural para aves y un dique en el cual se alquilan pequeños botes y canoas para divertirse en el represamiento.

El río Yuquipa es una maravilla en estado natural y es utilizado por nativos asentados en sus orillas como fuente de sustento para realizar actividades como la pesca, como lugar de ocio y esparcimiento y además para realizar las guianza de kayaking, tubing y pesca artesanal según técnicas ancestrales.

También existen en Sevilla don Bosco complejos turísticos con muy buenas instalaciones de los cuales mencionaremos algunos; complejo turístico de la Familia Ayuy, complejo turístico de la hostería Farallón, complejo turístico Ruperto Vélez, complejo turístico Balcón del Río, complejo turístico de la hostería Arrayan y Piedra, complejo turístico Río Sol, entre otros.

En la vía Puyo-Macas km 6 hasta el km 7 encontramos tres atractivos que consisten en huertos familiar San Antonio, Granja integral Quilamupe, Jardín botánico San José de los Canelos; lugares de singular belleza caracterizados por el cultivos de árboles frutales, especies endémicas como orquídeas, etc.

Las cascada de Santa Rosa y la cascada de San Pedro de Chuwints son otros atractivos turísticos que se encuentran en estado puro y natural y a las cuales se llega tras un corto recorrido en vehículo y una agradable caminata por senderos ecológicos.

La reserva ecológica Nántar en la comunidad de Buena Esperanza

Nántar viene de un sueño, es una piedra que te otorgan mediante un sueño señalando la ubicación, la misma que te otorga suerte, según la mitología un ente se te

presentaba en un sueño y te decía su ubicación para otorgarte suerte, esta piedra no es una normal o natural es medio café con colores diferentes parecidos a una piedra preciosa. De aquí nace su nombre. La idea de la reserva es el preservar y generar conciencia con la preservación del medio ambiente y su fauna. (Morona Santiago es Sangay, 2019)

Cabañas ecológicas Nantú y Etza ubicadas en buena esperanza, comunidad ubicada a 40 minutos en vehículo de la cabecera parroquial.

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- * La cultura Shuar con todas sus manifestaciones culturales, su cosmovisión y la gran cantidad de recursos turísticos existentes en la zona tienen una potencialidad enorme si son aprovechados de la manera adecuada y correcta.
- * La actividad turística en la parroquia Sevilla don Bosco está en una etapa de nacimiento; ya que el movimiento de visitantes en la actualidad es todavía ínfimo y un buen porcentaje de esa cantidad lo realiza de una manera informal.
- * Los recursos de los que dispone el Gobierno autónomo descentralizado parroquial SDB son muy limitados y le son insuficientes para cubrir incluso las obras más prioritarias de la población; por esta razón ni siquiera existe una asignación para el rubro turismo.
- * Los atractivos turísticos de la parroquia que actualmente se encuentran inventariados en el Ministerio de turismo; en un alto porcentaje no cumplen con las condiciones necesarias para ser considerados como tal; y necesitan un estudio serio de identificación y jerarquización.
- * La promoción turística en la parroquia es inexistente y lo que aporta el GAD provincial en esta materia a través de su portal es insuficiente.

* El GAD del cantón Morona, en la actualidad no posee ningún plan de desarrollo turístico; lo único que se realizan en esta materia son actividades aisladas y esporádicas.

5.2 Recomendaciones

* Se necesita capacitar a la comunidad en materia turística, para que puedan entender el alcance que podría tener la actividad turística bien manejada y estructurada como fuente generadora de recursos y fuerza de desarrollo pero también otorgando bienestar.

* Los recursos turísticos existentes en la parroquia actualmente en su mayor parte están en estado natural y sin contaminar; por tal motivo es necesario que instituciones como el ministerio del ambiente establezcan políticas claras de explotación turística con la finalidad de preservar y proteger estos recursos naturales desde el comienzo.

* Para que los recursos turísticos existentes en la parroquia; que son muchos se conviertan en atractivos turísticos apetecibles para los turistas; necesitan de una importante inversión de las autoridades locales y seccionales en materia de accesibilidad, Infraestructura, etc. Para que de esta manera los inversionistas privados se motiven y comprometan sus capitales en la complementación de la oferta turística.

* Es un imperativo lograr que la actual parroquia Sevilla don Bosco se convierta en cantón de la provincia de Morona Santiago para lograr la asignación de recursos que le permitiría enfocarse de otra manera e invertir en este frente productivo y ese es el reto de la gestión de la actual administración.

* Se necesita trabajar en materia turística como un solo frente; es decir el sector público y el sector privado unidos por el mismo propósito y no de manera aislada y descoordinada.

6. Anexos



Figura 7. Bosque de arrayanes; ubicado en playas del río Upano

Fuente: Elaboración propia.



Figura 8. Granja integral Quilamupe, vía Macas – Puyo

Fuente: Elaboración propia.



Figura 9. Exhibición de artesanías shuar, parque central de Sevilla don Bosco
Fuente: Elaboración propia.



Figura 10. Granja integral don Bosco, Misión salesiana Sevilla don Bosco, peceras.
Fuente: Elaboración propia



Figura 11. Granja integral don Bosco, Misión salesiana, área chancheras
Fuente: Elaboración propia.



Figura 11. Rio Yuquipa tomada en el sector de San Luis
Fuente: Elaboración propia.



Figura 12. Residentes de Sevilla don Bosco participantes de una Carrera IWIA en la comunidad (etnia Shuar)
Fuente: Elaboración propia.



Figura 13. Paisaje de Miazal
Fuente: Elaboración Somos ciudad by Claro,



Figura 14. Preparación de alimentos como Ayampacos, centro gastronómico Yawi, Sevilla Don Bosco.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 15. Centro gastronómico Yawi, centro de Sevilla don Bosco

Fuente: Elaboración propia.



Figura 16. Gruta de la virgen purísima de Macas,
Sevilla don Bosco.
Fuente: Elaboración. Morona Santiago es Sangay.



Figura 17. Iglesia de la Misión Salesiana dentro del
Internado de jóvenes nativos (etnia Shuar)
Fuente: Elaboración propia.



Figura 18. Presentación de Danza Shuar en el centro cultural de Sevilla don Bosco.
Fuente: Elaboración: Infocentro Sevilla Don Bosco.



Figura 19. Área avistamiento de aves, Misión salesiana Sevilla don Bosco
Fuente: Elaboración propia.



Figura 20. Exhibición de Artesanía Shuar, Sevilla don Bosco.
Fuente: Elaboración Propia.



Figura 21. Exhibición de artesanía Shuar, Sevilla don Bosco.
Fuente: Elaboración propia.

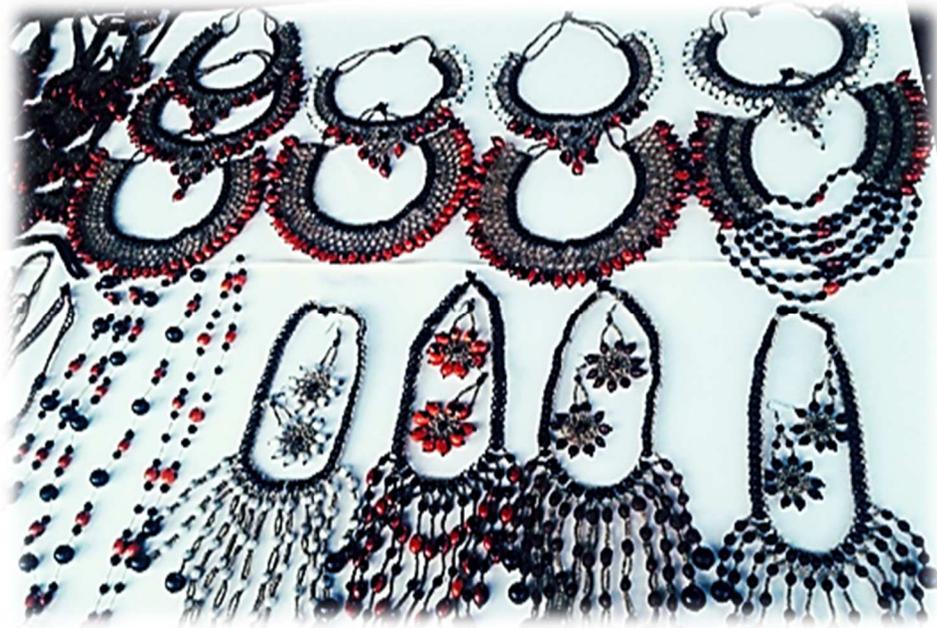


Figura 22. Exhibición de artesanía, Sevilla don Bosco.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 23. Exhibición de artesanía, Sevilla don Bosco.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 24. Vista aérea de instalaciones hostería Arrayan y Piedra, ubicada En Sevilla don Bosco, km 7 vía Macas-Puyo
Fuente: Elaboración Tripadvisor.es, foto panorámicas de la hostería.



Figura 25. Hostería mansión de la amazonia.
Fuente: Elaboración Foto de viajero enviada por Tom S. (2018).
Tripadvisor.es



Figura 26. Hostería Farallón, ubicada en Sevilla don Bosco, km 4 vía Macas-Puyo.

Fuente: Elaboración; [tripadvisor.es](https://www.tripadvisor.es). Hotel farallón.

TSUIRIM VIAJES CIA LTDA

NATURALEZA VIAJES Y AVENTURA

DIR: MACAS – DON BOSCO Y SUCRE JUNTO A F.D.M.S

TEL (07) 2701-681 /0997372538 Email leosalgado18@gmail.com

Facebook: Tsuirim Viajes Cía. Ltda. RUC 1490805067001 web: www.tsuirim.com



TOUR EN LA AMAZONIA EN CONVIVENCIA CON LA FAMILIA SHUAR

3 DIAS / 2 NOCHES

COTIZACION EN BASE A 2 PAX.

DIA 01

08:30 Bienvenida a Tsuirim Viajes y entrega del equipo (botas, linterna y chaleco salvavidas.

Explicacion de las actividades a realizar durante el tour

Acomodación en el vehiculo con destino a la comunidad shuar

Salida desde Macas a las 8H45 hasta la comunidad de Buena esperanza y luego con una caminata de 30 minutos hasta llegar a las `CABAÑAS ETSA`

`donde vive una familia shuar ubicada a las orillas del río Yuquipa.

Luego de la acomodación respectiva, un saludo típico de bienvenida se brinda un refrigerio.

Caminata explicativa por la selva observando la vegetación variedades de plantas. interpretación de plantas medicinales, frutas silvestres, arboles gigantes

Almuerzo: degustación de comida típica shuar,

Por la tarde ELABORACION DE ARTESANÍAS, baño, practica de la cerbatana

Baño

En la noche, Cena, Caminata nocturna (opcional). O FOGATA



DIA 02

Desayuno y caminata rio arriba para hacer tubing .

Almuerzo,

visita a la cascada sagrada, ritual del tabaco y ceremonia, baño en la cascada

Terapia de barro ,

Retorno

Cena

Caminata nocturna

Descanso



DIA 03

Desayuno

Caminata al mirador para observar el valle del Yuquipa y todas las poblaciones aledañas

Visita a la huerta shuar

Preparación de comida típica shuar

Degustación de comida típica shuar (Almuerzo)

Programa cultural shuar

Despedida y caminata de retorno para abordar el transporte que nos llevara con rumbo a Macas



FIN DE NUESTROS SERVICIOS

PRECIO DEL TOUR \$ 180 POR PERSONA

EL TOUR INCLUYE:

- 2 NOCHES DE ALOJAMIENTO EN CABAÑA SHUAR

- ALIMENTACION COMPLETA (DESAYUNO ALMUERZO Y CENA)
- AGUA EMBOTELLADA DURANTE LOS 3 DIAS DE RECORRIDO
- BOTAS PARA LA CAMINATA Y LINTERNA DE CABEZA
- GUIA DURANTE LOS 3 DIAS DE RECORRIDO
- TRANSPORTE PRIVADO
- RECORRIDO SEGÚN ITINERARIO

TOUR RIO YUQUIPA.

4 DIAS / 3 NOCHE

LUGAR: CABAÑAS SHUAR

DIA 01

Salida desde Macas a las 8H45 hasta la comunidad de Buena esperanza y luego con una caminata de 30 minutos hasta llegar a las **`CABAÑAS E TSA`**

`donde vive una familia shuar ubicada a las orillas del río Yuquipa.

Luego de la acomodación respectiva, un saludo típico de bienvenida se brinda un refrigerio.

Caminata explicativa por la selva observando la vegetación variedades de plantas. interpretación de plantas medicinales, frutas silvestres, arboles gigantes

Almuerzo: degustación de comida típica shuar,

Por la tarde ELABORACION DE ARTESANÍAS

En la noche, Cena, Caminata nocturna (opcional). O FOGATA

DIA 02

Desayuno y caminata explicativa por el bosque primario,

Visita al mirador Nantar, observando plantas endémicas de la zona, las poblaciones de Buena Esperanza, Saunts, Shiram, San Vicente y el valle del Yuquipa, retorno a las cabañas.

Almuerzo,

Terapia de barro terapia, paseo en canoa y baño en la unión de los ríos Yuquipa y Wichimi.



Cena y fogata

DIA 03

Desayuno

Caminata a la cascada sagrada, en donde se realizara el ritual del tabaco y más ceremonias del shuar.

Baño y sesión fotográfica

Retorno a las cabañas

Almuerzo comida típica shuar

Visita al árbol gigante

Cena y programa de despedida

DIA 04

Desayuno

Caminata para hacer tubing en el río Yuquipa

Descenso sobre el rio observando la flora y fauna

Almuerzo

Programa cultural

Despedida

Retorno al pueblo

Retorno a Macas y fin de nuestros servicios



Precio del tour \$ 240 por persona (MINIMO 2 PAX)

LOS TOURS INCLUYEN

- GUIA DURANTE TODO EL RECORRIDO
- ENTRADAS A LOS DIFERENTES LUGARES

- HOSPEDAJE DE ACUERDO AL PROGRAMA
- ALIMENTACION COMPLETA (TRES COMIDAS)
- REFRIGERIOS Y AGUA PURIFICADA DURANTE LOS RECORRIDOS
- TRANSPORTE TURÍSTICO DURANTE EL RECORRIDO
- CHALECOS SALVAVIDAS PARA LA NAVEGACIÓN
- BOTAS DE CAUCHO PARA LOS TURISTAS HASTA EL NUMERO 45

TOUR MIAZAL ENCANTADO

4 días / 3 noches

- **Macas - Miazal – Macas**
- Por la noche viaje en bus a Puerto Morona

DIA 01 MACAS – MIAZAL

Llegada a Puerto Morona

Llegada y acomodación en la canoa para viajar a la comunidad de Miasal

En el trayecto desayuno

Llegada

Almuerzo

Por la tarde visita a la comunidad de Miasal, la iglesia y caminata al rio Tsuirim y baño

Retorno a las cabañas

Cena de bienvenida.

DIA 02 (Expedición de 6 –7 horas AGUAS TERMALES)



Caminata hacia las aguas termales. En el trayecto observaremos plantas endémicas del bosque primario, el hermoso paisaje del río Tsuirim, conchas petrificadas en sus orillas. A llegar observaremos las cascadas de aguas termales y baño

Ceremonia del tabaco en las cascadas

Retorno a las cabañas.

OPCIONAL: Por la noche ritual de la ayahuasca

DIA 03

Desayuno

Caminata por el bosque primario explicando de las diferentes plantas existentes, maderables, medicinales, plantas venenosas etc,

Almuerzo

Por la tarde actividades acuáticas y pesca de integración

Retorno a las cabañas

Cena de despedida, degustación de comida típica shuar y programa de integración cultural (Música y danza shuar)



DIA 04 VIAJE EN CANOA

Desayuno típico

Caminata por el bosque primario

Almuerzo

y despedida de la comunidad.

Tomamos la canoa para iniciar nuestro viaje de retorno.

Iniciaremos nuestro recorrido por el Río Mangosiza observando el hermoso paisaje de la Amazonía y la animales como lagartos, tortugas, pavas, aves acuáticas etc.

Durante el recorrido disfrutaremos de un refrigerio

En Puerto Morona tomamos el transporte que nos traerá de retorno a la ciudad de Macas.

Llegada a Macas y fin de nuestros servicios



FIN DE NUESTROS SERVICIOS

PRECIO DEL TOUR

\$ 350 por persona

7. Referencias

- de la Colina, J. M. (s.f.). *ucipfg*. Obtenido de ucipfg:
http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Sy Corvo, H. (s.f.). *Análisis Pesta: Para Qué Sirve, Cómo Hacerlo y Ejemplo*. Obtenido de lifeder: <https://www.lifeder.com/analisis-pesta/>
- Arguello Zambrano, S. S. (julio de 2014). *dspace UPS*. Obtenido de dspace UPS:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7279/1/UPS-GT000714.pdf>
- Borragini, H. (8 de julio de 2017). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- CASTILLO MONTESDEOCA, E. A., MARTÍNEZ ROGET, F., & VÁZQUEZ ROZAS, E. (2015). *usc*. Obtenido de usc:
<http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>
- Coca Carasila, A. M. (2 de mayo de 2008). *redalyc*. Recuperado el 6 de noviembre de 2019, de redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011672014.pdf>
- contributors, E. (29 de julio de 2019). *Cantón Morona (Ecuador)*. Recuperado el 14 de enero de 2020, de Cantón Morona (Ecuador):
[https://www.ecured.cu/index.php?title=Cant%C3%B3n_Morona_\(Ecuador\)&oldid=3480744](https://www.ecured.cu/index.php?title=Cant%C3%B3n_Morona_(Ecuador)&oldid=3480744)
- Corea Cortez, L. M., & Gómez Hernández, S. J. (2017). *Mercadeo : Marketing de Servicios*. Obtenido de Mercadeo : Marketing de Servicios:
<http://repositorio.unan.edu.ni/3693/>
- Cueva Gomez, R. (7 de diciembre de 2010). *culturamacabea.blogspot*. Obtenido de culturamacabea.blogspot: <http://culturamacabea.blogspot.com/2010/12/mapa-politico-del-canton-morona.html>
- eluniverso. (09 de abril de 2015). *eluniverso*. Obtenido de eluniverso:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/09/nota/4749676/turismo-dejo-14872-millones-ingresos-ecuador-2014>
- gifex. (s.f.). *Mapa de carreteras de Morona Santiago*. Obtenido de gifex:
<https://www.gifex.com/America-del-Sur/Ecuador/Morona-Santiago/Carreteras.html>
- Hosteria Arrayan y Piedra. (s.f.). *TripAdvisor*. Obtenido de TripAdvisor:
https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g1730774-d2613279-i284215782-Hosteria_Arrayan_y_Piedra-Macas_Morona_Santiago_Province.html

- Ministerio del Turismo. (02 de abril de 2014). *All you need is Ecuador es la campaña que está en el mundo*. Obtenido de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/All-you-need-is-Ecuador%E2%80%99es-la-campa%C3%B1a-que-est%C3%A1-en-el-mundo.pdf>
- Ministerio del Turismo. (07 de mayo de 2015). *Arranca en el país la campaña nacional “Ecuador Potencia Turística”*. Obtenido de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/arranca-en-el-pais-la-campana-nacional-ecuador-potencia-turistica/>
- Ministerio del Turismo. (2017). *Boletín Estadísticas Turísticas 2011 2015*. Obtenido de servicios turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>
- Ministerio del Turismo. (2018). *MANUAL ATRACTIVOS TURISTICOS*. Obtenido de servicios turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio del Turismo. (abril de 2015). *PROYECTO ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA*. Obtenido de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica1.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Obtenido de e-unwto: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Podocarpus constructora. (30 de octubre de 2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL*. Obtenido de SNI: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1460016370001_PDOT%20SEVILLA%20DON%20BOSCO%202014%202019_30-10-2015_22-13-06.pdf
- Riquelme Leiva, M. (junio de 2015). *Home Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Obtenido de 5fuerzasdeporter: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Rodríguez Ortiz, H. A. (22 de julio de 2016). *plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Sevilla Don Bosco, cantón Morona, provincia de Morona Santiago 2015 - 2025*. Obtenido de dspace utpl: <http://dspace.utpl.edu.ec/xmlui/handle/123456789/15332>
- S, T. (marzo de 2018). *Hosteria Mansion de la Amazonia*. Obtenido de tripadvisor: https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g1730774-d7140480-Reviews-Hosteria_Mansion_de_la_Amazonia-

Macas_Morona_Santiago_Province.html#/media/7140480/306638199:p/?albumid=101&type=0&category=101

Secretaria Nacional Planifica Ecuador. (10 de septiembre de 2013). *Cambio de la Matriz Productiva es un desafío para el Gobierno Nacional*. Obtenido de planificacion: <https://www.planificacion.gob.ec/cambio-de-la-matriz-productiva-es-un-desafio-para-el-gobierno-nacional/#>

somos ciudad. (5 de enero de 2018). *somosciudad*. Obtenido de somosciudad: <https://somosciudad.byclaro.com.ec/wp-content/uploads/sites/5/2018/01/miazal-3.jpg>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Larrea Chica Iván Rodrigo**, con C.C: # **1400301980** autor del **componente práctico del examen complejo: Análisis de estrategias para incentivar el desarrollo turístico de la parroquia Sevilla Don Bosco** 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. _____

Nombre: **Larrea Chica Iván Rodrigo**

C.C: **1400301980**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de estrategias para incentivar el desarrollo turístico de la parroquia Sevilla Don Bosco		
AUTOR(ES)	Iván Rodrigo, Larrea Chica		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ruth Sabrina, Rojas Dávila		
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:	62
ÁREAS TEMÁTICAS:	(arketing, Marketing de servicios, Turismo)		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	(Mercadotecnia, Incentivar, Estrategias, Desarrollo, turismo, Potencial, Objetivos, Atractivos turísticos, rentabilidad.)		

RESUMEN/ABSTRACT

Este ensayo constituye una recopilación de información de la parroquia Sevilla don Bosco y tiene la finalidad de aportar con el desarrollo turístico de la misma, consta en su etapa introductoria de la identificación de la problemática, presentación de justificativos y planteamiento de objetivos del proyecto. Luego durante el desarrollo se procede a realizar la revisión del marco teórico en materias como marketing, marketing de servicios y turismo como teoría; información que nos proporcionó la línea del conocimiento en el cual el tratado fue desarrollado; de la misma manera se realiza un análisis situacional del producto turístico por medio de la utilización de herramientas mercadológicas como (El análisis Pesta, las 5 Fuerzas de Porter y la mezcla de mercadotecnia) con la finalidad de conocer datos referenciales que nos dieron la posibilidad de identificar aciertos y falencias en las distintas fases operativas de la actividad turística del mismo y nos permitieron llegar a conclusiones y hacer recomendaciones que en un futuro podrían coadyuvar en la consecución del principal objetivo que es lograr insertar a la parroquia Sevilla don Bosco en el contexto turístico nacional para competir con sus atractivos turísticos de una manera más seria y profesional ya que le sobra potencial.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-(0967952413)	E-mail: (ivanlarrea11@hotmail.com)
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Samaniego López Jaime Moisés	
	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):	