



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

TÍTULO:

**Plan de Marketing para el Desarrollo Turístico del Cantón
Biblián en la Provincia del Cañar**

AUTOR:

Cabrera Espinoza Pablo Andrés

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN MARKETING**

TUTOR:

Ec. Baño Hifóng Mercedes, Msc

Guayaquil, Ecuador

2016



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Pablo Andrés Cabrera Espinoza**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

TUTOR (A)

Ec. Mercedes Baño Hifóng, Msc

**DECANO(A)/
DIRECTOR(A) DE CARRERA**

Lcda. Patricia Torres Fuentes, Mgs

Guayaquil, a los 15 días del mes de Marzo del año 2016



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Pablo Andrés Cabrera Espinoza

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Plan de Marketing para el Desarrollo Turístico del Cantón Biblián en la Provincia del Cañar**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 15 días del mes de Marzo del año 2016

EL AUTOR

Pablo Andrés Cabrera Espinoza



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

AUTORIZACIÓN

Yo, **Pablo Andrés Cabrera Espinoza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de Marketing para el Desarrollo Turístico del Cantón Biblián en la Provincia del Cañar**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 días del mes de Marzo del año 2016

EL AUTOR

Pablo Andrés Cabrera Espinoza

AGRADECIMIENTO

Antes que nada, doy gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy y haberme permitido llegar hasta este punto con fortaleza y valor para lograr mis objetivos. A mis padres por apoyarme en todo momento para terminar mi carrera. A mi esposa por estar a mi lado en los momentos más difíciles, te amo y a mis hijas por ser la luz con la que cuento para salir adelante.

Pablo Andrés Cabrera

DEDICATORIA

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su apoyo incondicional, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en el corazón. Pero hay dos personas especiales que siempre estuvieron empujándome para que termine mi carrera universitaria a Don Carlos Cabrera y a Doña Clemencia Espinoza, mis padres, gracias por todo ese infinito amor hacia mí.

Pablo Andrés Cabrera

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----------|
| DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD | i |
| AUTORIZACIÓN | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| DEDICATORIA | vi |
| ÍNDICE GENERAL | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xiii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xiv |
| RESUMEN EJECUTIVO | xv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| INTRODUCCIÓN..... | 17 |
| CAPÍTULO I..... | 19 |
| ASPECTOS GENERALES..... | 19 |
| 1.1. TEMA | 19 |
| 1.2. ANTECEDENTES..... | 19 |
| 1.3. PROBLEMÁTICA | 21 |
| 1.4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA | 22 |
| 1.5. OBJETIVOS..... | 23 |
| 1.6. RESULTADOS ESPERADOS..... | 24 |
| CAPITULO II | 25 |
| ESTUDIO Y ANÁLISIS SITUACIONAL..... | 25 |
| 2.1. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO | 25 |
| 2.1.1 Reseña Histórica de Biblián..... | 25 |
| 2.1.2 Características generales del Cantón Biblián..... | 25 |
| 2.1.2.1 Ubicación geográfica..... | 25 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.1.2.2 | Clima..... | 27 |
| 2.1.2.3 | Población | 28 |
| 2.1.2.4 | Actividad comercial..... | 28 |
| 2.1.2.5 | Educación | 29 |
| 2.1.2.6 | Servicios básicos disponibles..... | 29 |
| 2.1.2.7 | Vialidad y transporte | 31 |
| 2.1.3 | Misión, Visión y Valores..... | 32 |
| 2.1.4 | Estructura organizacional..... | 33 |
| 2.1.5 | Infraestructura turística del Cantón Biblián..... | 36 |
| 2.1.5.1 | Agencias de viaje y operadoras de turismo | 36 |
| 2.1.5.2 | Establecimientos de alojamiento y restaurantes. | 36 |
| 2.1.6 | Productos turísticos..... | 38 |
| 2.1.6.1 | Modalidades de turismo que pueden ser realizadas en el Cantón Biblián | 38 |
| 2.1.6.2 | Atractivos del Cantón Biblián..... | 39 |
| 2.1.6.3 | Inventario de productos turísticos de Biblián según el MITUR.... | 39 |
| 2.1.6.4 | Descripción de los principales atractivos de Biblián..... | 43 |
| 2.1.6.5 | Bienes patrimoniales del Cantón Biblián | 49 |
| 2.2 | ANÁLISIS DEL MACROENTORNO..... | 50 |
| 2.2.1 | PIB..... | 50 |
| 2.2.2 | Inflación | 53 |
| 2.2.3 | Ingreso per cápita | 54 |
| 2.2.4 | Crecimiento de la industria | 55 |
| 2.2.5 | Aspectos tecnológicos..... | 61 |
| 2.2.6 | Aspectos culturales..... | 62 |
| 2.3 | ANÁLISIS ESTRATÉGICO SITUACIONAL..... | 65 |
| 2.3.1 | Participación de mercado..... | 65 |
| 2.3.2 | Ciclo de vida del producto..... | 65 |

| | | |
|--------------------------------|--|-----|
| 2.3.3 | FODA | 67 |
| 2.3.4 | Matriz EFE-EFI..... | 70 |
| 2.3.5 | Matriz de perfil competitivo | 73 |
| 2.3.6 | Cadena de valor..... | 74 |
| 2.3.7 | Cinco fuerzas de Porter..... | 76 |
| 2.3.8 | Conclusión del capítulo..... | 78 |
| CAPITULO III | | 79 |
| INVESTIGACIÓN DE MERCADO | | 79 |
| 3.1 | OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 79 |
| 3.1.1 | Objetivo General..... | 79 |
| 3.1.2 | Objetivos Específicos | 79 |
| 3.2 | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 79 |
| 3.2.1 | Identificación del problema | 79 |
| 3.2.2 | Población | 80 |
| 3.2.3 | Métodos a utilizar..... | 81 |
| 3.3 | HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 82 |
| 3.4 | DEFINICIÓN MUESTRAL | 88 |
| 3.5 | RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN | 90 |
| 3.5.1 | Resultados obtenidos por encuesta a la población de Azogues | 90 |
| 3.5.2 | Resultados obtenidos por encuesta a los turistas que visitan el Santuario de la Virgen del Rocío. | 98 |
| 3.5.3 | Resultados obtenidos en el grupo focal | 108 |
| 3.6 | CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN | 109 |
| CAPITULO IV..... | | 111 |
| PLAN DE MERCADEO..... | | 111 |
| 4.1 | OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO..... | 111 |
| 4.1.1 | Objetivo General..... | 111 |
| 4.1.2 | Objetivos específicos | 111 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 4.2 | MERCADO META | 111 |
| 4.2.1 | Macro segmentación..... | 111 |
| 4.2.2 | Micro segmentación..... | 112 |
| 4.3 | POSICIONAMIENTO..... | 113 |
| 4.3.1 | Estrategia de posicionamiento..... | 114 |
| 4.3.2 | Posicionamiento publicitario | 114 |
| 4.4 | COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR..... | 114 |
| 4.4.1 | Perfil de la demanda potencial. Habitantes de Azogues..... | 114 |
| 4.4.2 | Perfil de la demanda potencial. Turistas de Biblián | 115 |
| 4.4.3 | Tipo de comportamiento al comprar | 116 |
| 4.5 | ANÁLISIS DE POSICIÓN COMPETITIVA. MATRIZ DE MCKINSEY | 117 |
| 4.6 | ESTRATEGIAS | 118 |
| 4.6.1 | Estrategias básicas de desarrollo (Porter)..... | 118 |
| 4.6.2 | Estrategias Competitivas | 118 |
| 4.6.3 | Corporativas genéricas (crecimiento) | 119 |
| 4.7 | ESTRATEGIAS MARKETING MIX..... | 119 |
| 4.7.1 | Productos turísticos..... | 119 |
| 4.7.1.1 | Ruta Tushín-Papaloma “Diversión en libertad” | 120 |
| 4.7.1.2 | Ruta de las Iglesias “Tradición y fe” | 121 |
| 4.7.1.3 | Ruta del Burgay “Diversión en familia” | 122 |
| 4.7.1.4 | Ruta de la leche “Una exquisita forma de conocernos” | 122 |
| 4.7.2 | Precio | 123 |
| 4.7.3 | Plaza | 123 |
| 4.7.4 | Promoción..... | 125 |
| 4.8 | SISTEMA DE GESTIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO | 127 |
| | CAPITULO V..... | 129 |
| | PRESUPUESTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN | 129 |
| 5.1 | PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING | 129 |

| | |
|----------------------|-----|
| CONCLUSIONES..... | 134 |
| RECOMENDACIONES..... | 136 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 139 |
| ANEXOS | 143 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| TABLA 1. Tipos de clima en el cantón Biblián | 28 |
| TABLA 2. Distancias entre las principales ciudades y el Cantón Biblián | 31 |
| TABLA 3. Servicios turísticos del Cantón Biblián | 37 |
| TABLA 4. Ubicación del turismo. Ingreso por turismo 2011-2012..... | 52 |
| TABLA 5. Ingresos de divisas por viajes y transporte. 2012..... | 55 |
| TABLA 6. Flujo turístico interno y receptor. Ecuador 2008-2009 | 57 |
| TABLA 7. Preferencias de actividad de turistas nacionales | 57 |
| TABLA 8. Preferencias de visita a atractivos turísticos nacionales | 58 |
| TABLA 9. Evaluación de los factores internos del Cantón Biblián. Matriz EFI | 71 |
| TABLA 10. Evaluación de los factores externos del cantón Biblián. Matriz EFE | 72 |
| TABLA 11. Matriz de perfil competitivo | 73 |
| TABLA 12. Visitas a Biblián. Población de Azogues..... | 90 |
| TABLA 13. Frecuencias de las visitas a Biblián. Población Azogues | 91 |
| TABLA 14. Motivos principales de las visitas a Biblián. Población de Azogues | 92 |
| TABLA 15. Principal compañía para visitar Biblián. Población Azogues | 93 |
| TABLA 16. Lugares turísticos más visitados de Biblián. Población de Azogues | 94 |
| TABLA 17. Opinión sobre la difusión de los atractivos turísticos. Población Azogues | 95 |
| TABLA 18. Preferencias de atractivos turísticos. Población de Azogues | 96 |
| TABLA 19. Medios de información predilectos. Población Azogues | 97 |
| TABLA 20. Ciudad de origen. Turistas de Biblián. | 98 |
| TABLA 21. Frecuencia de visitas a Biblián. Turistas de Biblián..... | 99 |
| TABLA 22. Motivos de visitas a Biblián. Turistas de Biblián..... | 100 |
| TABLA 23. Preferencia de compañía para visitar Biblián. Turistas de Biblián | 101 |
| TABLA 24. Días de hospedaje en Biblián. Turistas de Biblián. | 102 |
| TABLA 25. Promedio de gastos en las visitas a Biblián. Turistas de Biblián..... | 103 |
| TABLA 26. Lugares turísticos más visitados. Turistas de Biblián | 104 |
| TABLA 27. Opinión sobre la difusión de atractivos en Biblián. Turistas de Biblián | 105 |
| TABLA 28. Preferencia de atractivos turísticos. Turistas de Biblián. | 106 |
| TABLA 29. Medios predilectos de información. Turistas Biblián. | 107 |
| TABLA 30. Estado de Resultados de la Unidad de Educación, Cultura y Turismo. 2014 | 130 |
| TABLA 31. Presupuesto del Plan de Marketing..... | 131 |
| TABLA 32. Estado Resultado proyectado Unidad de Educación, Cultura y Turismo 2015 .. | 132 |
| TABLA 33. Cálculo del Marketing ROI | 133 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1. Tasa de crecimiento real PIB (%) Ecuador..... | 51 |
| Gráfico 2. PIB por sectores en el Ecuador..... | 52 |
| Gráfico 3. Inflación anual Ecuador 2005-2013..... | 53 |
| Gráfico 4. Inflación mensual del IPC por divisiones. Marzo 2014..... | 54 |
| Gráfico 5. Visitantes nacionales de Ecuador..... | 56 |
| Gráfico 6. Hogares ecuatorianos que viajan al interior del país..... | 56 |
| Gráfico 7. Visitas de turistas en áreas naturales. Año 2012..... | 59 |
| Gráfico 8. Turismo en su propio cantón. Marzo 2010..... | 59 |
| Gráfico 9. Turismo fuera de su lugar su cantón de origen. Marzo 2010..... | 60 |
| Gráfico 10. Ciudades más visitadas por los ecuatorianos..... | 60 |
| Gráfico 11. Acceso a Internet por área..... | 61 |
| Gráfico 12. Acceso a Internet en la Provincia del Cañar..... | 62 |
| Gráfico 13. Atractivos turísticos por cantón. Provincia del Cañar..... | 65 |
| Gráfico 14. Visitas a Biblián. Población de Azogues..... | 90 |
| Gráfico 15. Frecuencia de las visitas a Biblián. Población de Azogues..... | 91 |
| Gráfico 16. Motivos principales de las visitas a Biblián. Población de Azogues..... | 92 |
| Gráfico 17. Principal compañía para visitar Biblián. Población Azogues..... | 93 |
| Gráfico 18. Lugares turísticos más visitados de Biblián. Población de Azogues..... | 94 |
| Gráfico 19. Opinión sobre la difusión de atractivos turísticos. Población Azogues..... | 95 |
| Gráfico 20. Preferencias de atractivos turísticos. Población de Azogues..... | 96 |
| Gráfico 21. Medios de información predilectos. Población Azogues..... | 97 |
| Gráfico 22. Ciudad de origen. Turistas de Biblián..... | 98 |
| Gráfico 23. Frecuencias de visitas a Biblián. Turistas de Biblián..... | 99 |
| Gráfico 24. Motivos de visitas a Biblián. Turistas de Biblián..... | 100 |
| Gráfico 25. Preferencia de compañía para visitar Biblián. Turistas de Biblián..... | 101 |
| Gráfico 26. Días de hospedaje en Biblián. Turistas de Biblián..... | 102 |
| Gráfico 27. Porcentaje de gasto en las visitas a Biblián. Turistas de Biblián..... | 103 |
| Gráfico 28. Lugares turísticos más visitados. Turistas de Biblián..... | 104 |
| Gráfico 29. Opinión sobre difusión de atractivos de Biblián. Turistas de Biblián..... | 105 |
| Gráfico 30. Preferencias de atractivos turísticos. Turistas de Biblián..... | 106 |
| Gráfico 31. Preferencias en medios de información. Turistas de Biblián..... | 107 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1. Mapa de ubicación geográfica del Cantón Biblián..... | 26 |
| Figura 2. Organigrama estructural de la I. Municipalidad de Biblián | 34 |
| Figura 3. Jerarquía de los atractivos turísticos..... | 40 |
| Figura 4. Atractivos inventariados jerarquizados por el MITUR..... | 41 |
| Figura 5. Atractivos que no están considerados por le MITUR..... | 43 |
| Figura 6. Santuario de la Virgen del Rocío | 44 |
| Figura 7. Obelisco de Verdeloma | 46 |
| Figura 8. Parques lineales del Río Burgay | 47 |
| Figura 9. Ciclo de vida del cantón Biblián como destino turístico | 66 |
| Figura 10. Ciclo de vida de los productos turísticos del Cantón Biblián | 67 |
| Figura 11. Cadena de valor actual del Cantón Biblián | 75 |
| Figura 12. Cadena de valor óptima del Cantón Biblián..... | 76 |
| Figura 13. Macro-segmentación del Cantón Biblián..... | 112 |
| Figura 14. Micro-segmentación del Cantón Biblián..... | 113 |
| Figura 15. Marca Cantón Biblián..... | 114 |
| Figura 16. Comportamiento de compra de los turistas. | 116 |
| Figura 17. Matriz de McKinsey..... | 117 |
| Figura 18. Estrategias básicas de desarrollo del Cantón Biblián..... | 118 |
| Figura 19. Estrategias corporativas de crecimiento del Cantón Biblián. | 119 |
| Figura 20. Logotipo de la Ruta Tushín-Papaloma | 120 |
| Figura 21. Logotipo de Ruta de las Iglesias | 121 |
| Figura 22. Logotipo de Ruta del Burgay | 122 |
| Figura 23. Logotipo de Ruta de la leche..... | 122 |
| Figura 24. Estrategias de promoción de atractivos de Biblián..... | 126 |
| Figura 25. Indicadores de Control..... | 127 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo se enfoca en el diseño de un plan de marketing para el desarrollo turístico del Cantón Biblián de la Provincia del Cañar.

La Unidad de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Biblián, es la dependencia encargada de crear la marca turística de la localidad y difundirla apropiadamente con el objetivo principal de impulsar la economía local a través del desarrollo turístico. En base a este criterio se realizó el presente proyecto, el mismo que implica un análisis situacional del microentorno y del macroentorno, en el cual se evidencia la presencia de una diversidad de atractivos culturales y naturales que no están siendo aprovechados apropiadamente.

En la realización de la investigación de mercado se llegó a la conclusión de que el tipo de turista al que se pretende llegar es aquel que realiza turismo interno y que busca actividades relacionadas al turismo recreacional, religioso, comunitario y ecológico, principalmente. Teniendo como principal objetivo la definición de estrategias de marketing apropiadas y el desarrollo de productos turísticos para brindar en la localidad un servicio turístico de calidad, se realizó la selección de estrategias de desarrollo, competitivas y el respectivo marketing mix para el logro de los objetivos planteados.

Fueron diseñadas las rutas turísticas Tushín-Papaloma para actividades de senderismo, ciclismo de montaña, avistamiento de la naturaleza y camping; la Ruta de las Iglesias, con un recorrido de 15 kilómetros que inicia en el Santuario de la Virgen del Rocío; la Ruta del Burgay, para visitar los espacios recreativos ubicados en las playas de Nazón; y, la Ruta Láctea para mostrar la producción lechera del cantón.

Palabras Claves: turismo emergente, productos turísticos, rutas turísticas, plan de mercadeo, turismo en Biblián, marca Cantón Biblián.

ABSTRACT

This research work focuses on the design of a marketing plan for tourism development Biblián Canton Province of Canar.

Unit of Education, Culture and Tourism of the Autonomous Government of the Canton Municipal Decentralized Biblián, is the agency responsible for creating the tourism brand and appropriately disseminate the town with the main objective of boosting local economy through tourism development. Based on this criterion this project was carried out, it implies a situational analysis of micro and macro environment in which the presence of a variety of cultural and natural attractions that are not being utilized properly evidenced.

In conducting market research was concluded that the type of tourist who is to arrive is one who performs domestic tourism and seeks related to recreational, religious, community and ecological, mainly tourism. Having as main objective the definition of appropriate marketing strategies and development of tourism products to offer to the town a tourist service quality, selecting development strategies, competitive and respective marketing mix to achieve the objectives was performed.

They were designed tourist routes Tushin-Papaloma for hiking, mountain biking, nature watching and camping; Route of Churches, with a distance of 15 kilometers beginning in the Sanctuary of the Virgen del Rocío; Route Burgay to visit recreational areas located on the beaches of NAZON; and the Milky Route to show Canton milk production.

Keywords: emerging tourism, tourist products, tourist routes, marketing plan, tourism Biblián brand Biblián Canton.

INTRODUCCIÓN

El término *turismo* está generalmente asociado a las actividades de ocio, el descanso y la visita a nuevos lugares, pero una definición más acertada de turismo es la siguiente, según Cabarcos (2006): “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos”.

Hoy en día el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial. De acuerdo a datos de la Organización Mundial de Turismo, OMT (2013), los principales destinos turísticos alrededor del mundo son: Francia, Estados Unidos, China, España e Italia. De igual manera, en los países en vías de desarrollo, en las últimas décadas el turismo ha crecido y se ha diversificado, tanto que se ha convertido en un sector de la economía en constante crecimiento y en motor clave del progreso social y económico, debido a que representa una de sus principales fuentes de ingresos.

Sin embargo, además del turismo potencial también es necesario mencionar al turismo emergente que hace referencia a aquellos lugares “que por sus características naturales y/o culturales, presentan potencialidad para atraer visitantes pero que no han alcanzado este objetivo por problemas de competitividad o por una oferta turística carente de una puesta de valor adecuada”. (Toselli, 2009, p.109)

De acuerdo a una encuesta realizada por la Asociación de Operadores Turísticos de Estados Unidos, USTOA, mencionada en el Diario El Telégrafo (2011), “Ecuador representa el tercer destino turístico por descubrir o emergente con mayor popularidad para el 2012 después de Vietnam y la India.

A nivel interno, en Ecuador el turismo es un rubro muy importante dentro del sector económico, ya que reporta más de mil millones de dólares en ingresos anuales, de acuerdo a los datos del Banco Central. El turismo interno en el Ecuador se desarrolla de una manera creciente. Según el Ministerio de Turismo (2013, párr.1), “el 40% de los ecuatorianos viajan anualmente por los diferentes destinos turísticos del país, generando una dinamización económica por alrededor de los USD 5.000 millones”. El promedio de viajes internos realizados al año por los ecuatorianos es de 1,7. Este promedio indica que aproximadamente seis millones de personas visitan los diferentes destinos turísticos del país, con lo cual queda demostrada la importancia y el constante crecimiento del turismo interno.

Dentro del Ecuador, se encuentra la provincia de Cañar, ubicada al sur de la región interandina, la misma que cuenta con 7 cantones llenos de atractivos turísticos: Azogues, Biblián, Cañar, Suscal, La Troncal, El Tambo y Déleg.

El cantón Biblián se encuentra ubicado en la zona de la Hoya del Paute, a una altura de 2.608 msnm. Tiene una temperatura promedio de 14°C y su clima es frío y húmedo. En la actualidad, Biblián está integrada por cinco parroquias: una urbana y cuatro rurales (Nazón, Sageo, Turupamba, Jerusalén).

Biblián, conocido como “Cantón Verde del Austro”, se caracteriza por sus hermosos paisajes y sus terrenos fértiles, se destaca por la agricultura y ganadería convirtiéndose en un importante productor de leche y sus derivados. Posee recursos naturales, históricos y religiosos que pueden ser admirados por las personas que visitan este bello rincón de la patria, con gente muy trabajadora y hospitalaria. Sin embargo, pese a toda esta diversidad existente se puede apreciar que sus atractivos turísticos son pobremente explotados y difundidos. Por lo tanto se podría considerar a Biblián como un destino turístico emergente.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. TEMA

Toda esta belleza natural y cultural que posee el Cantón Biblián debe ser difundida no solo a nivel local y regional, sino a nivel nacional, por medio de un Plan de Marketing Turístico cuyo principal objetivo sea articular, fortalecer y promover la oferta turística de Biblián con una nueva puesta en valor que implique conceptos de turismo sostenible y turismo consciente.

El turismo sostenible forma parte de un nuevo concepto de turismo propuesto por el Ecuador que es el turismo consciente. Dentro de este concepto se promueven la experiencia de un turismo amigable con el ambiente y con las culturas. Esta estrategia presentada en el 2011 cuenta ahora con el apoyo de la OMT.

Es innegable que el fenómeno turístico a nivel nacional y local se ha ido incrementando e intensificando con el paso del tiempo, es por ello que se ve la necesidad de analizar al turismo como un factor importante del desarrollo en el cantón Biblián. Para que se desarrolle el turismo en una zona determinada, es necesario contar con Productos Turísticos, es decir la suma de atractivos, infraestructura, planta turística, actividades y superestructura. El presente proyecto propone un Plan de Marketing Turístico para el Cantón Biblián con la presentación de diferentes productos turísticos, principalmente con rutas definidas para el recorrido de los principales atractivos del cantón.

1.2. ANTECEDENTES

La provincia del Cañar con todos sus cantones, específicamente el Cantón Biblián, en los actuales momentos exige cambios profundos basados

en una adecuada planificación en el ámbito turístico para ofrecer a la población una estructura de gestión que optimice recursos destinados a la priorización de programas y proyectos que propendan a desarrollar el turismo consciente.

En esta virtud, El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia del Cañar, fundamentado en lo que sus competencias constitucionales determinan, ha basado su accionar y su gestión, con una visión directa al territorio y de manera especial a su población, construyendo objetivos orientados a mejorar y a dinamizar el turismo en la localidad.

De esta manera, y correspondiendo a los artículos 261 al 267 del título V de la Constitución de la República del Ecuador, comenzó a desarrollar en el año 2011 el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincial de Cañar, documento con un núcleo central que sirve como base para trabajar diferentes áreas de especial interés a nivel provincia, entre las cuales se encuentra el desarrollo del turismo.

Entre las estrategias territoriales que maneja el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cañar para el fortalecimiento del turismo, se encuentran:

- Impulsar la identidad intercultural y el patrimonio cultural de la provincia.
- Inclusión de sectores prioritarios en las propuestas territoriales.
- Proveer de servicios básicos de calidad priorizando poblaciones dispersas.
- Promover el turismo sostenible expresado en sus diferentes tipos, fortalecido con la inclusión y la participación de las comunidades y pueblos.

1.3. PROBLEMÁTICA

El Cantón Biblián cuenta con diversos y potenciales atractivos turísticos característicos de la zona, sin embargo, el principal problema es la falta de difusión de la oferta turística.

La inexistencia de políticas definidas de promoción y publicidad turística por parte del Gobierno descentralizado del Cantón Biblián, es evidente debido a la débil gestión administrativa con respecto al turismo y al limitado presupuesto de asignaciones designadas a este fin. De igual manera, no se ha realizado un catastro turístico completo en el Cantón.

Otras deficiencias identificadas en una observación previa son: falta de señalización turística y de material promocional en las ferias locales, nacionales e internacionales; falta de identificación del Cantón Biblián dentro del contexto nacional; inadecuados mecanismos de consenso y coordinación entre los agentes públicos y privados en cuanto al destino turístico; ausencia de tecnificación y capacitación de los habitantes en materia turística, tanto para que ellos conozcan las potencialidades de sus atractivos turísticos como para que difundan y sepan tratar al turista que llega a la localidad.

Por otro lado, es evidente que la vialidad también presenta falencias ya que si bien la vía principal que atraviesa Biblián, llamada Panamericana, se encuentra en buen estado de conservación y cuenta con señalización vial, posee una escasa señalización de tipo turístico. Las vías de acceso a las parroquias, en donde se han identificado atractivos turísticos o potenciales atractivos, actualmente se encuentra en mal estado, pues no cuentan con mantenimiento adecuado; son vías lastradas que se deterioran notablemente en épocas de lluvia dificultando el tráfico. Estas vías carecen de señalización vial y turística.

Es evidente que el turismo en el cantón no se ha entendido como una herramienta que puede activar la economía, además, es una actividad que se encuentra desorientada debido a que no existe el fortalecimiento institucional y técnico por parte del Gobierno Municipal para que asuma el liderazgo local e involucre de manera participante a los actores y poblaciones locales a que sumen esfuerzos en una misma dirección.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El motivo principal de la elaboración de esta investigación radica en la necesidad de entregar al Cantón Biblián una mayor fortaleza (diversidad de información) frente a las necesidades de los visitantes y turistas. De igual manera existe la necesidad de implementar mejoras en las relaciones de la comunidad, su desarrollo y gobierno local, en cuanto al turismo.

Tanto la difusión de los atractivos turísticos como la conservación de los bienes patrimoniales existentes en una localidad, contribuyen a su desarrollo social, económico y cultural, y, de la misma manera contribuyen al fortalecimiento de la identidad del lugar.

Es necesario también que se contribuya a frenar el proceso de aculturación, es decir a la desvalorización del patrimonio cultural existente, ya que el patrimonio cultural de un pueblo es parte de su atractivo turístico. Es necesario porque en el arte, la música, las expresiones populares y folclóricas, descansa la identidad local. La tradición representa la raíz de la actividad cultural y ésta, a su vez, con una gestión dinámica puede significar grandes potencialidades para el desarrollo social, económico y turístico del cantón.

Es innegable que el turismo favorece a las comunidades en gran medida, no sólo económicamente, por lo tanto, es necesario capacitar a las personas que de alguna manera están vinculadas con la actividad turística, involucrar

e incentivar al sector privado para que participe en el desarrollo de la industria turística para hacer esfuerzos conjuntos en pos del desarrollo del cantón.

Se pretende, entonces, con el presente trabajo investigativo y propuesta, que sea una herramienta para orientar el desarrollo turístico del Cantón Biblián y que éste vaya en equilibrio con la conservación del patrimonio cultural y la difusión de sus atractivos turísticos, aspectos que son necesarios para una ciudad con una visión integral de desarrollo.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Diseñar un Plan de Marketing Turístico que permita establecer las estrategias necesarias y un sistema de gestión y monitoreo para dar a conocer los atractivos del Cantón Biblián como parte del sector turístico del país.

1.5.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis situacional que implique un estudio del microentorno y del macroentorno del Cantón Biblián.
- Realizar un análisis estratégico de la situación actual del cantón que permita determinar su participación actual en el mercado turístico y el ciclo de vida en el que se encuentra dentro de la industria.
- Realizar una investigación de mercado para saber la situación turística del cantón e identificar los atractivos turísticos actuales y potenciales.

- Presupuestar el Plan de Marketing por medio de las herramientas y los estados financieros adecuados para comprobar la viabilidad del proyecto.

1.6. RESULTADOS ESPERADOS

- Conocimiento de los aspectos internos y externos del cantón que influyen en su desarrollo turístico.
- Determinar los factores internos y externos que afectan al mercado turístico.
- Conocer los resultados de la investigación de mercado y concluir las oportunidades y amenazas que se dan en el mercado turístico.
- Elaboración del Plan de Marketing Turístico que sirva como referente para la realización de las diferentes estrategias de posicionamiento y promoción de la marca Cantón Biblián en la mente del turista a nivel local y nacional.
- Establecimiento del presupuesto y determinación de los diferentes indicadores financieros por medio de estados y proyecciones referentes al presente estudio.

CAPITULO II

ESTUDIO Y ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

2.1.1 Reseña Histórica de Biblián

De acuerdo a Efrén Avilés (2012), miembro de la Academia Nacional de Historia del Ecuador, en las publicaciones referentes a Biblián en la Enciclopedia Virtual del Ecuador, este cantón del Austro, inicialmente se llama Bivilac, que en lengua cañari significa camino tortuoso.

Antes de la conquista española, esta población ya existía y en 1775 se la integró como anejo a la, en ese entonces, parroquia de Azogues. Biblián en la colonia tuvo una participación importante, especialmente en las batallas independentistas, específicamente en la Batalla de Verdeloma, donde sus hijos lucharon por la libertad. Se convirtió luego en parroquia rural de Azogues, desarrollándose hasta alcanzar, en 1944, la cantonización durante el gobierno del Dr. José María Velasco Ibarra.

La entidad ejecutora del presente proyecto será el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Biblián.

2.1.2 Características generales del Cantón Biblián

2.1.2.1 Ubicación geográfica

El Cantón Biblián está situado en el centro-oeste de la provincia del Cañar y atravesado por la vía Panamericana. Su ubicación se da en la zona

más septentrional de la hoya de Paute, considerada una de las más importantes de la Región Interandina.

Políticamente está integrado por la parroquia urbana de Biblián y cuatro parroquias rurales: Nazón, Turupamba, Sageo y Jerusalén, con una extensión de 232 km². Tiene una biodiversidad muy amplia ya que sus altitudes van desde los 2400 m.s.n.m. hasta los 4200 m.s.n.m.

El cantón Biblián limita al norte con el cantón Cañar, al sur con los cantones Azogues, Cuenca y Deleg, al este con los cantones Cañar y Azogues y al oeste con el cantón de Cañar.

La posición geográfica vista desde la República del Ecuador pertenece al sur de la zona andina, su ubicación es:

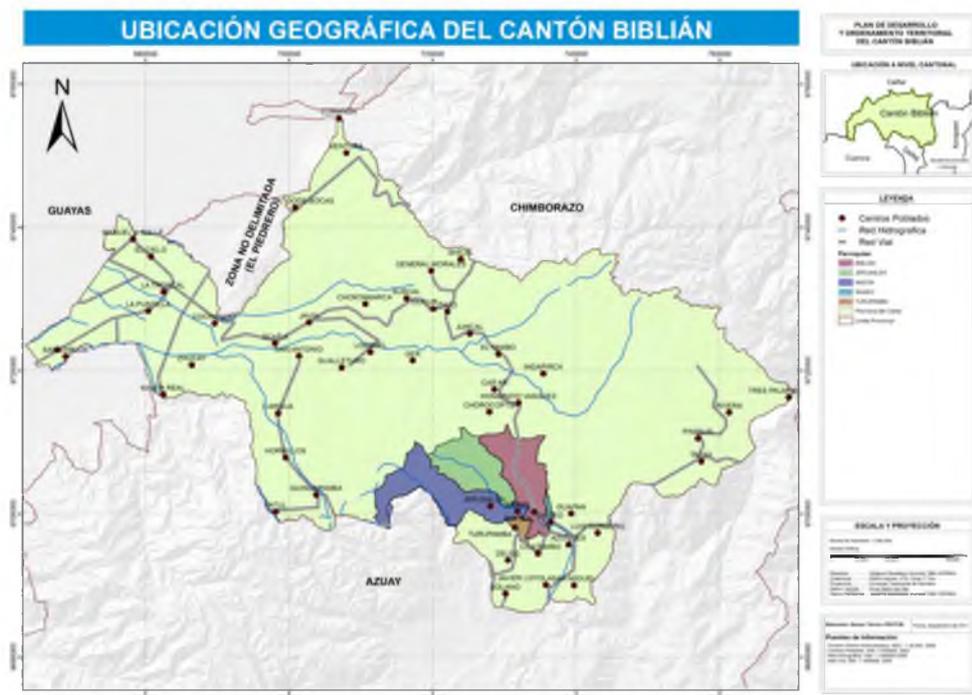


Figura 1. Mapa de ubicación geográfica del Cantón Biblián.

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Biblián

La principal actividad de Biblián es la pecuaria, tiene una gran producción que no solo abastece al Austro sino a gran parte del Ecuador. Se ha convertido en una zona de producción lechera y ganadera mayoritariamente, llegando a concentrar estas actividades a un 46,2% del total de su población.

2.1.2.2 Clima

El clima y el tiempo son expresiones que están relacionadas íntimamente entre si y que influyen en todas las actividades humanas. Los distintos tipos de climas existentes dentro del cantón Biblián, de acuerdo a información proporcionada por la SENPLADES y publicada en el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Biblián, PDOTCB (2009), son:

- Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo. Es el clima más frecuente en toda la zona interandina. Se presenta bajo una altitud de 3000 a 3200 msnm, con excepción a los valles abrigados, la precipitación anual fluctúa entre los 500 mm y los 2000 mm, distribuida en dos estaciones. Las temperaturas medias anuales se sitúan entre los 12°C y los 20°C y la duración de insolación (cantidad de energía en forma de radiación solar) entre las 1000 y 2000 horas anuales. (PDOTCB, 2009, p.12)
- Ecuatorial de Alta Montaña. Este clima se ubica sobre los 3000 a 3200 msnm. de altura. La temperatura media anual es inferior a 12° C y depende de la altitud. La precipitación anual está entre los 800 mm y los 2000 mm y varía según altitud y exposición. (PDOTCB, 2009, p.12)
- Nival. El régimen glacio-nival de montaña reina en las tierras frías y los páramos, por encima de los 3.500-4.000 msnm., en los lugares en que las cuencas hidrográficas de ríos se extienden hasta la cima de volcanes elevados. (PDOTCB, 2009, p.12)

TABLA 1. Tipos de clima en el cantón Biblián

| Tipo de Clima | Area (Ha) | Porcentaje |
|------------------------------------|------------------|-------------------|
| Nieval | 1.68 | 0.01 |
| Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo | 4777.65 | 20.59 |
| Ecuatorial de Alta Montaña | 18426.67 | 79.40 |
| Total | 23206 | 100 |

Fuente: SENPLADES. PDOTCB

Elaborado por: El autor

Pese a que en los meses de Junio, Julio y Agosto se experimenta en la zona un clima frío húmedo, por lo general los valles que lo conforman gozan de un clima templado, que permite la producción de todo tipo de cereales, tubérculos, legumbres y frutas.

2.1.2.3 Población

Según el VII Censo de población y VI de vivienda realizado por el INEC en el 2010, el cantón Biblián cuenta con 20817 habitantes, de los cuales el 26.39%, es decir, 5493 personas pertenecen al área urbana, mientras que un 73,61%, 15324 habitantes pertenecen al área rural. Desde el punto de vista de composición de la población, Biblián registra una población mayoritaria en el sector rural. Dentro de la provincia, solo los cantones Azogues y La Troncal tienen una concentración de la población en el área urbana.

En cuanto a la población por etnias, en el cantón Biblián predomina la raza mestiza con 19032 habitantes. En segundo lugar se encuentra la raza indígena con 1083 habitantes.

2.1.2.4 Actividad comercial

El comercio en la provincia del Cañar, en relación directa con la economía del autoconsumo básicamente, se desarrolla al por menor en su

gran porcentaje. En Biblián, el Municipio ha registrado un catastro de locales y establecimientos que ejercen actividades económicas que llega a 516, de los cuales 450 se encuentran en la zona urbana de Biblián y 66 en los sectores rurales.

2.1.2.5 Educación

El nivel de analfabetismo del Cantón Biblián es del 12.87% que corresponde a un total de 2369 personas.

De acuerdo al Ministerio de Educación, al año 2011, en Biblián existen 35 establecimientos educativos de nivel primario, 3 de nivel medio y 5 jardines de infantes. En cuanto a las universidades, de acuerdo a información de la SENESCYT citada en el PODT Cañar 2012-2030, dentro de la provincia, los cantones que tienen universidades en su territorio son Azogues, Cañar y La Troncal. Biblián no cuenta con universidad.

2.1.2.6 Servicios básicos disponibles

Disponibilidad de agua para el consumo

Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, del último censo realizado en el año 2010 el 49% de la población dispone de agua provista por tubería, mientras el 20% de las viviendas no recibe agua por tubería. Siendo el área rural la más carente con un 71% y el 29% en el área urbana.

Eliminación de aguas servidas

No se tienen datos específicos del cantón, sin embargo se conoce que la eliminación de aguas servidas a nivel provincial se da mediante red pública de alcantarillado en un 35%, otras formas el 27%, pozo séptico el 22%.

El mayor porcentaje de viviendas con servicio de red pública de alcantarillado está en el área urbana, mientras en el área rural existen otras formas como pozo ciego, pozo séptico y otra.

Servicio eléctrico

El Cantón cuenta con servicio eléctrico ofrecido por la Empresa Eléctrica Centro Sur.

Telefonía

En telefonía se disponen de los siguientes servicios:

- Telefonía convencional (analógica y digital) ofrecida por Pacifictel
- Telefonía celular ofrecida por Empresas (Claro y Movistar)

El déficit de cobertura con la telefonía convencional es significativo tanto en el área urbana como rural. Específicamente en Biblián, según datos del PODT Cañar, el 30,14% de la población dispone de servicio telefónico convencional, mientras que el déficit es del 69,86%. Esta situación ha generado que la telefonía celular logre crecer su mercado cada año.

Según datos proporcionados por la Corporación MS Prieto, intermediara autorizada de la operadora OTECEL-MOVISTAR, en toda la provincia existen 900 locutorios o cabinas de telefonía celular, de los cuales 100 están ubicadas en Biblián.

Equipamientos de salud

Según datos del año 2011 del Ministerio de Salud, en la provincia del Cañar existe un Hospital General únicamente en los cantones Azogues, Cañar y La Troncal. El cantón Biblián cuenta únicamente con centros de salud.

2.1.2.7 Vialidad y transporte

El Cantón Biblián se encuentra atravesado por la red vial estatal denominada Panamericana, la misma que conecta a todas las cabeceras entre sí, excepto Déleg, y puede establecer un ámbito de conexión con ciudades consideradas estratégicas para el turismo. La Panamericana permite la comunicación al Norte con las ciudades de Riobamba, Ambato, Quito, entre otras; al sur con las ciudades de Cuenca y Loja; al oeste con Guayaquil, principalmente.

Desde la ciudad de Quito se puede acceder a Biblián por vía aérea en los vuelos cuyo destino es la ciudad de Cuenca, ubicada a aproximadamente 40 kilómetros del cantón Biblián. La ruta aérea Quito – Cuenca tiene una duración aproximada de 40 minutos. El recorrido Cuenca – Biblián vía terrestre a una velocidad promedio dura 40 minutos. Desde la ciudad de Guayaquil existen vuelos a la ciudad de Cuenca con una duración de 35 minutos aproximadamente.

Las distancias de Biblián entre las principales ciudades del país son las siguientes:

TABLA 2. Distancias entre las principales ciudades y el Cantón Biblián

| Ruta | Kilómetros | Tiempo aproximado |
|---------------------|-------------------|--------------------------|
| Biblián – Azogues | 7,2 Km. | 10 min. |
| Biblián – Cuenca | 39,0 Km. | 40 min. |
| Biblián – Guayaquil | 193,8 Km. | 3 h. |
| Biblián – Quito | 407 Km. | 6 h. |
| Biblián – Riobamba | 214,8 Km. | 3 h. |
| Biblián – Loja | 233,6 Km. | 3 h. 30 min. |

Fuente: Herramienta de distancias de Google maps.

Elaborado por: El autor

2.1.3 Misión, Visión y Valores

La entidad gubernamental que implementará el presente proyecto será el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Biblián. A continuación se exponen la misión, visión y las políticas que rigen en esta institución, detallados en el documento interno Orgánico Funcional por Procesos (2004):

Misión

Planear, implementar y sostener las acciones del desarrollo del gobierno local. Dinamizar los proyectos de obras y servicios con calidad y oportunidad, que aseguren el desarrollo social y económico de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales y dentro de un marco de transparencia y ética institucional y el uso óptimo de los recursos humanos altamente comprometidos, capacitados y motivados.

Visión

El Gobierno Local se constituirá en un ejemplo del desarrollo y contará con una organización interna, altamente eficiente, que gestione productos y servicios compatibles con la demanda de la sociedad y capaz de asumir los nuevos papeles vinculados con el desarrollo, con identidad cultural y de género, descentralizando y optimizando los recursos.

Políticas de trabajo

a). Concertación con los diferentes actores sociales, para el logro de una participación efectiva en el desarrollo de la Ciudad.

b). Movilización de esfuerzos para dotar al Municipio de una infraestructura administrativa, material y humana que permita receptor y procesar adecuadamente los efectos de la descentralización.

c). Fortalecimiento y desarrollo municipal, a base de un óptimo aprovechamiento de los recursos y esfuerzos sostenidos para mejorar e incrementar los ingresos de recaudación propia, impuestos, tasas, contribuciones ,etc. que permita el autofinanciamiento de los gastos, mediante un proceso de gerencia municipal.

d). Preservar y encausar los intereses municipales y ciudadanos como finalidad institucional.

e). Voluntad política, trabajo en equipo y liderazgo, para la búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer con oportunidad las expectativas ciudadanas, a base de concertación de fuerzas y de compromisos de los diferentes sectores internos de trabajo: Normativo, Ejecutivo, de Apoyo y Operativo; en consecuencia, dinamismo y creatividad de las autoridades y servidores para lograr una sostenida y equilibrada participación y apoyo mutuo, como la base del mejor enfrentamiento de problemas y soluciones.

f). Identificación de los problemas prioritarios de la comunidad y búsqueda oportuna de las soluciones más adecuadas, con el menor costo y el mayor beneficio.

2.1.4 Estructura organizacional

La estructura organizacional del Municipio del Cantón Biblián está integrada por Gestión de Procesos, compatibles con la demanda y la satisfacción de los clientes internos y externos.

Dentro del Proceso Asesor, que corresponde al consultivo, de ayuda o de consejo a los demás procesos, se encuentra el Proceso Gestión de Planificación y Desarrollo donde a su vez se encuentra el Subproceso de Plan Estratégico. Dentro de este subproceso se ubica la Unidad de Educación, Cultura y Turismo, creada recientemente.

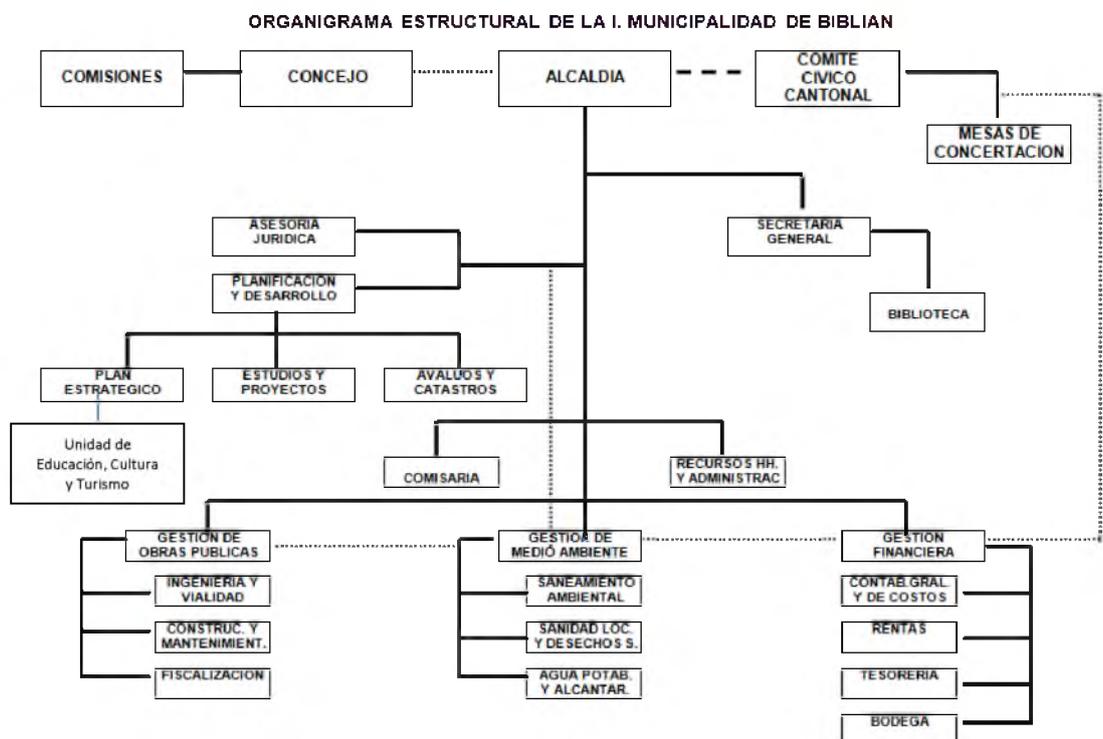


Figura 2. Organigrama estructural de la I. Municipalidad de Biblián

Fuente: Documento interno del GAD Municipal del Biblián

Entre las funciones que ejerce el subproceso de Plan Estratégico en lo que respecta al desarrollo productivo y turismo, se encuentran:

- ✓ Planificar, organizar y ejecutar proyectos que impulsen la economía local a través de los medios productivos, empresariales y artesanales, relativos al fomento agropecuario, de turismo, de artesanías y otros que potencialmente se puedan establecer en la

región, en procura del desarrollo y autogestión de estas actividades económicas del cantón y sus parroquias.

- ✓ Programar y Ejecutar asistencia técnica y capacitación a los productores locales, comerciales y artesanos.
- ✓ Establecer y sostener las políticas de apoyo a la ubicación y desarrollo de las actividades socio-económicas, y alcanzar para ese fin la cooperación nacional e internacional.
- ✓ Establecer políticas y planes para involucrar al sector informal de la economía en la formación de microempresas.
- ✓ Organizar Pasantías entre comunidades artesanales para la discusión de problemas e intercambio de proyectos exitosos.
- ✓ Implementar las Cooperativas de Ahorro y Crédito Artesanal; así como las asociaciones a efectos de alcanzar las ventajas comparativas.
- ✓ Organizar Exposiciones, ferias, en el campo de las artesanías y brindar la asistencia técnica para comercialización y exportación.
- ✓ Organizar y difundir por los diferentes medios de comunicación social, la Ley de Defensa del Artesano, así como organizar eventos de capacitación destinados al desarrollo de la competitividad relativos a los acabados y conservación de artesanías, incorporando módulos gerenciales con criterios de responsabilidad y eficiencia.

- ✓ Planear y capacitar la adecuación y promoción de centros turísticos y fomentar la creación de comités de gestión zonales que aseguren la calidad y precios del servicio.
- ✓ Coordinar las acciones de desarrollo turístico, con instituciones gubernamentales, privadas y de educación, respecto de la variedad y oportunidad de destinos turísticos.
- ✓ Planear y ejecutar programas de concientización ciudadana, respecto del uso adecuado de los recursos naturales y del trato a los turistas.
- ✓ Planear y coordinar con las autoridades de tránsito, la implementación de sistemas de señalización vial y turística.

2.1.5 Infraestructura turística del Cantón Biblián

El Cantón Biblián cuenta con un gran potencial turístico tanto en lo natural como en lo cultural, sin embargo, no se ha desarrollado la actividad turística de una manera óptima.

2.1.5.1 Agencias de viaje y operadoras de turismo

De acuerdo a la Coordinación Provincial del MITUR, Biblián cuenta con una agencia de viajes internacional, mas no cuenta con operadoras de turismo. Dentro de la provincia el único cantón que cuenta con agencias de viajes y operadoras de turismo es Azogues.

2.1.5.2 Establecimientos de alojamiento y restaurantes.

De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial del Cañar, Biblián es uno de los cantones que menos número de personas registradas en los

establecimientos hoteleros tuvo durante el año 2010. Tan solo 190 personas se alojaron en Biblián de un total de 26.226 huéspedes registrados en todas las hospederías de la provincia.

La provincia del Cañar cuenta con 365 establecimientos de servicio turístico registrados hasta el 2011. De acuerdo a los datos obtenidos en el Plan de Ordenamiento Territorial del Cañar, el cantón Biblián aporta con el 9% de los servicios turísticos a nivel provincial. El detalle es el siguiente:

TABLA 3. Servicios turísticos del Cantón Biblián

| | | |
|---------------------------|-----------------------|----|
| Comidas y bebidas | Restaurantes | 23 |
| | Fuentes de soda | 6 |
| | Cafeterías | 1 |
| Hospedaje | Hoteles | 1 |
| | Hostales | 1 |
| | Hostales residencia | 0 |
| | Hosterías | 1 |
| | Pensiones | 0 |
| | Moteles | 1 |
| Diversión y esparcimiento | Discotecas | 0 |
| | Bares | 0 |
| | Salas de recepción | 0 |
| | Salas de baile | 0 |
| | Balnearios | 0 |
| | Centros de recreación | 0 |
| | Casinos | 0 |

Fuente: PODT Cañar 2012-2030. Catastro de servicios turísticos de la Provincia del Cañar.

Cabe recalcar que, según datos de la Cámara de Turismo del Cañar, en el cantón Biblián en términos generales el servicio de restaurantes es regular y no se cuenta con establecimientos de primera categoría. La mayoría de los establecimientos son de tercera y cuarta categoría.

De acuerdo a la Cámara Provincial de Turismo, el Cantón Biblián tiene una capacidad para alojar a un número de 62 huéspedes dentro de sus establecimientos hoteleros.

Según información proporcionada por el ITUR Azogues (Oficina de Información Turística), la provincia del Cañar aloja un aproximado de 2516 huéspedes por mes. De esta cuota de turistas, el Cantón Biblián en promedio aloja a solo 20 huéspedes mensualmente.

2.1.6 Productos turísticos

2.1.6.1 Modalidades de turismo que pueden ser realizadas en el Cantón Biblián

De acuerdo a los atractivos que presenta el cantón, se pueden realizar diferentes modalidades de turismo, como por ejemplo:

TURISMO BIOECOLÓGICO

- Turismo biológico o de observación de la naturaleza: Laguna de Tushín, cascada La Olla, playa de Fátima
- Turismo de montaña o montañismo: Bosque protector Papaloma, bosque protector Cubilán
- Turismo de caminata o senderismo: Hacienda María Luisa.

TURISMO CULTURAL

- Turismo histórico: Centro histórico de Biblián, Obelisco de Verdeloma.
- Turismo folclórico: Taita carnaval, elección de la cholita biblianense.
- Turismo recreacional: Parques lineales de Nazón y Burgay, playas de Fátima.

- Turismo religioso: Santuario de la Virgen del Rocío, Fiestas de la Virgen del Rocío.

TURISMO EN AREAS RURALES

- Turismo comunitario: Comunidad de Cebada Loma.
- Agroturismo: Hacienda María Luisa, Haciendas ganaderas, Florícolas del Burgay.

2.1.6.2 Atractivos del Cantón Biblián.

- Patrimoniales: Santuario de la Virgen del Rocío
- Culturales: Centro histórico de Biblián, fiesta de la Virgen del Rocío, obelisco de Verdeloma, hacienda María Luisa, elección de la cholita biblianense, comunidad de Cebada Loma, haciendas ganaderas, florícolas del Burgay
- Recreacionales: Parques lineales de Biblián, playas de Fátima
- Naturales: bosque protector Cubilán, bosque protector Papaloma, cascada La Olla.

2.1.6.3 Inventario de productos turísticos de Biblián según el MITUR

El inventario de los recursos y productos turísticos del Cantón Biblián está basado en el inventario del MITUR 2007 y la línea base de atractivos turísticos de la coordinación provincial de turismo del Cañar.

Para evaluar y valorar los atractivos, la metodología utilizada por el Ministerio de Turismo para la realización del inventario turístico califica a los atractivos dándoles jerarquías que a continuación se detallan:

| JERARQUÍA | SIGNIFICADO |
|---------------|--|
| JERARQUÍA IV | Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial. |
| JERARQUÍA III | Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos. |
| JERARQUÍA II | Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento. |
| JERARQUÍA I | Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. |

Figura 3. Jerarquía de los atractivos turísticos

Fuente: Ministerio de Turismo

En la metodología, utilizada por el Ministerio de Turismo para realizar el inventario, no consta la jerarquía cero, sin embargo, dentro de la provincia del Cañar, un 24,4% de los atractivos han sido considerados dentro de dicha calificación por parte del mismo Ministerio. Esta jerarquización permite deducir que los atractivos con los que cuenta la provincia del Cañar se encuentran en un deficiente estado que no permite el desarrollo real de la

actividad turística. Según los datos del Ministerio, el único atractivo ubicado en la categoría tres, es el museo del complejo arqueológico de Ingapirca.

En lo que respecta al cantón Biblián, solo dos atractivos turísticos están inventariados por el MITUR, y uno de ellos está dentro de la jerarquía 0 como se muestra en la Figura 4:

| Nombre del atractivo | Categoría | Jerarquía | Caracterización de atraktividad (actividades y eventos) |
|---|-----------|-----------|--|
| Centro histórico de Biblián | Cultural | 0 | Paseo reconocimiento del lugar: Conmemoración de la cantonización |
| Fiesta e iglesia de la Virgen del Rocío | Cultural | II | La Fiesta de la Virgen del Rocío en Biblián, es otra de las manifestaciones de religiosidad popular más importante,, por cuanto congrega a millares de romeros de todo el país y del exterior. |

Figura 4. Atractivos inventariados jerarquizados por el MITUR

Fuente: PODT Cañar 2012-2030

En la Figura 5 se exponen los atractivos del Cantón Biblián que no han sido considerados por el MITUR para ser incluidos dentro del inventario turístico puesto que la gran mayoría de ellos no cuentan con las condiciones que faciliten el desarrollo de actividades turísticas, a estos recursos se los considera potenciales turísticos.

| Nombre del atractivo | Categoría | Caracterización de atraktividad (actividades y eventos) |
|------------------------------------|-----------|--|
| Obelisco de Verdeloma | Cultural | Es uno de los lugares históricos de gran importancia para el cantón y el país en general, sitio donde existe un obelisco dirigido sobre la colina, lugar en el cual se efectuó la batalla del mismo nombre |
| Bosque protector de Cubilán | Natural | Caminatas por el bosque, avistamiento de flora y fauna nativa, interpretación ambiental, fotografía. |
| Laguna de Tushin | Natural | Avistamiento de flora y fauna, interpretación ambiental, fotografía. |
| Parques lineales de Biblián | Cultural | Parques construidos a las orillas del Río Burgay, juegos infantiles. |
| Hacienda María Luisa | Cultural | Práctica de turismo rural, senderismo, avistamiento de flora y fauna nativa, fotografía. |
| Bosque protector Papaloma | Natural | Bosque privado, interpretación ambiental, avistamiento de flora y fauna nativa. |
| Taita Carnaval | Cultural | Desfile de comparsas típicas. |
| Elección de la Cholita Biblianense | Cultural | Se reúnen todas las comunidades rurales y eligen una representante de entre varias concursantes, vestimenta típica, tradiciones. |
| Playas de Fátima | Natural | Observación de paisaje pintoresco, arquitectura vernácula, extensas llanuras verdes, aguas frescas del río, se puede practicar el camping. |
| Cascada la Olla | Natural | Es un recurso turístico natural que se |

| | | |
|--------------------------|----------|---|
| | | halla en el bosque nativo, aquí se forma el río Galuay, uno de los principales afluentes del río Burgay. El agua es muy cristalina. En el lugar existen también formaciones rocosas que parecería que hubo erupciones volcánicas. |
| Comunidad de Cebada Loma | Cultural | Comunidad muy organizada, desarrolla proyectos de crianza de animales en especial de la alpaca de la cual se aprovecha su lana para la realización de artesanías. Práctica de turismo rural. |
| Haciendas Ganaderas | Cultural | Se puede observar la crianza de animales, el proceso de elaboración de los productos derivados de la leche. |
| Florícolas de Burgay | Cultural | Observación del cultivo de rosas de bellos y vistosos colores que son exportadas hacia muchos países. |

Figura 5. Atractivos que no están considerados por le MITUR

Fuente: PODT Cañar 2012-2030

2.1.6.4 Descripción de los principales atractivos de Biblián

a. Santuario de la Virgen del Rocío

Por lo atrevido y original de su construcción el Gobierno Nacional lo declaró “Patrimonio Cultural del Estado” el 30 de Julio del 2007. Es uno de los atractivos religiosos y turísticos de mayor importancia que tiene el Cantón Biblián, cuya edificación fue dirigida en sus primeros años por el Reverendo Párroco Sr. Daniel Muñoz, y posteriormente Monseñor José Benigno Iglesias

fue el encargado de culminar con la construcción de este templo hasta verlo en las proporciones actuales. (Calle y García, 2008).



Figura 6. Santuario de la Virgen del Rocío

Fuente: Calle y García, 2008

Historia. En el mes de enero de 1894, en Biblián y la zona del austro se produjo una gran sequía con la que los campos quedaron devastados y la población, que dependía casi en su totalidad de la producción agrícola, quedó en la miseria. (Calle y García, 2008).

Ante esta difícil situación, los sacerdotes de la localidad y sus feligreses, elevaban sus oraciones para que cambie el panorama climático y la vida vuelva a los campos desolados. Al ver la calamidad que vivían los pueblos, el Padre Daniel Muñoz buscó un lugar propicio para colocar una pequeña Virgen elaborada en yeso, con veinte y seis centímetros de estatura, corazón visible y en sus brazos con su Divino Hijo. Esta imagen le había sido obsequiada a él cuando era seminarista.

El 20 de Enero de 1894, en una gran concentración religiosa, con la presencia de los pobladores de Biblián y sus pueblos aledaños, y de los pobladores de Azogues, Cuenca y otros lugares cercanos, se procedió a colocar a la Imagen de la Virgen en una grieta de la Colina de Zhalao.

Se estima que el Padre Muñoz Serrano construyó este hermoso Santuario en quince años. La parte inferior estaba construida con cal y con piedra labrada de la propia cantera de Atar; y, en la parte superior, en donde actualmente está la capilla de la Virgen, se construyó con piedra labrada y mármol.

El Santuario tiene un viacrucis con pequeños altares correspondientes a las distintas estaciones de la cruz y recorriendo cada una de ellas se avanza hacia la capilla del Sagrado Corazón de Jesús.

Estilo del Santuario

El Santuario de la Virgen del Rocío tiene un estilo gótico con influencias de otros estilos como el Romántico, manifestando en el uso de contrafuertes, arcos de medio punto y rosetones. Así mismo, tiene el estilo clásico griego, presente en el uso de capiteles de orden corintio muy estilizados. (Calle y García, 2008).

b. Fiestas de la Virgen del Rocío

La Fiesta de la Virgen del Rocío se celebra, en el Santuario levantado en su honor ubicado en la colina de Zhalao, al este de la ciudad de Biblián, en la provincia del Cañar. Es la festividad religiosa más importante en este lugar, llevada a cabo cada 8 de Septiembre, en la cual participa toda la gente del cantón, la provincia y el país en general.

c. El Obelisco de Verdeloma

El Obelisco de Verdeloma es un monumento erigido para recordar a los héroes protagonistas del derecho a la libertad del Austro. Es el recordatorio de la batalla del 20 de Diciembre de 1820 en la colina de Verdeloma, donde los patriotas y realistas se enfrentaron en la lucha por la independencia.

Aunque la batalla terminó en derrota para los patriotas se considera como uno de los más grandes combates de la región austral que inspiró al espíritu libertario que luego ganaría en la Batalla de Pichincha. (Calle y García, 2008).

Verdeloma se encuentra ubicada a 4 kilómetros del Cantón Biblián a una altura de 2855 msnm. La vista panorámica con la que cuenta el lugar es el atractivo para los turistas que se admiran con el verdor del paisaje biblianense.



Figura 7. Obelisco de Verdeloma

Fuente: www.biblian.gob.ec

Actividades que se pueden realizar en el lugar:

- Conocimiento de la historia del lugar
- Vista Panorámica de Biblián
- Conocimiento de las costumbres y tradiciones de la comunidad de Verdeloma
- Toma de Fotografías

d. Los parques lineales de Biblián

En los márgenes del río Burgay, a cinco minutos del centro cantonal, se encuentra la parroquia Nazón cuyos atractivos turísticos son las playas que se forman en las orillas del río que fluye naturalmente por el lugar.



Figura 8. Parques lineales del Río Burgay

Fuente: www.biblian.gob.ec

Generalmente estas playas son visitadas en las épocas de Carnaval. Estos parques los encontramos también en el centro cantonal y son visitados los fines de semana por las familias tanto de la localidad como de fuera del Cantón debido a las diferentes distracciones para niños, jóvenes y adultos, tales como juegos infantiles, espacios verdes, caminerías y la ribera del río donde se practica el tradicional juego de carnaval.

e. Hacienda María Luisa

Propiedad de la familia Vintimilla desde el año 1920 se halla ubicada en el sector de Cachi Galuay a una altura de 3260 m.s.n.m. Por las continuas visitas de los amantes de la naturaleza, esta propiedad fue abierta al público desde el año 2008. En este lugar se puede admirar un bosque primario único

que sirve de refugio a numerosas aves las mismas que pueden ser observadas al recorrer el sendero ecológico trazado, sea en caminata o a caballo. (Calle y García, 2008)

Esta hacienda también se dedica a la cría intensiva de una variedad de Truchas Arco-iris, desde los alevines hasta el engorde y su respectivo faenamiento. También permite a sus visitantes la práctica de la pesca deportiva. En esta hacienda se realiza la crianza de cuyes de varias razas los mismos que son comercializados tanto para alimento de sus visitantes o como reproductores.

f. Atractivo natural Padre Rumi

Se encuentra ubicado a 4500 metros sobre el nivel del mar. Es una zona con abundante pajonal en donde se puede avistar conejos y aves de altura. Su principal atractivo son las estructuras rocosas geológicas que simulan formas de personajes cañaris. Es también un mirador desde donde se puede divisar el cerro Sangay. (Calle y García, 2008)

g. Laguna de Tushín

En sus aguas cristalinas se pueden apreciar truchas arco-iris y, durante el verano, muchas aves migratorias, como patos silvestres. Se puede acceder a la lagura por medio de un camino rocoso idóneo para realizar deporte de aventura. Por la planicie en la que se encuentra la laguna se puede realizar una serie de actividades al aire libre y camping.

Por todos estos lugares, el Cantón Biblián puede ser considerado un destino turístico emergente, ya que posee un gran potencial y un gran inventario de atractivos que pueden ser explotados de una manera adecuada mediante la implementación de las herramientas y estrategias de

marketing correctas, que permitan a este destino ser más conocido a nivel local y nacional.

2.1.6.5 Bienes patrimoniales del Cantón Biblián

La memoria histórica de un pueblo se conforma y fortalece por su patrimonio cultural, comprendiendo a este como una serie de objetos y actividades que han perdurado a través del paso del tiempo y que son el testimonio de la actividad, hechos importantes y cotidianos de una sociedad que comparten una herencia colectiva, con un pasado e intereses comunes que afrontamos el presente y miramos hacia el futuro. (Gobierno Provincial del Cañar, 2012)

Biblián tiene un conjunto cultural rico y heterogéneo debido a su privilegiada ubicación, a la riqueza de sus campos, a su historia, a su religión y otros componentes sociales, que hoy en día convierten al cantón en un lugar rico en bienes patrimoniales tanto materiales como inmateriales.

En el año 2008, el Santuario de la Virgen del Rocío fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador por su referente arquitectónico y artístico, su estilo neogótico y por ser un símbolo religioso no sólo para el Cantón Biblián sino para todo el país.

En el año 2008 se realizó un inventario de los bienes culturales de Biblián. Toda la información fue ingresada a una base de datos que es administrada por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, INPC. A saber, el cantón tiene 330 bienes culturales registrados (GAD Municipal Biblián, 2014):

- **223 bienes inmuebles:** en esta categoría se destacan los balcones de las casas patrimoniales con características tipológicas y constructivas de singular importancia.

- **25 bienes inmateriales:** hace referencia a las expresiones, conocimientos y saberes ancestrales transmitidos, entre los que destacan: las artesanías en paja toquilla, la cestería, el globero, los guioneros, las hilanderas, y las tejedoras.
- **82 bienes muebles:** se encuentran en esta categoría las obras de arte religioso realizadas por artistas reconocidos del cantón y de la región.

Problemática de los bienes culturales inmateriales

Quizás el patrimonio inmaterial es más vulnerable a las alteraciones, ya que el desarraigo, modernización, globalización entre otros factores han hecho que vaya desapareciendo importantes expresiones tradicionales o que las pocas que queden estén perdiendo cada vez su esplendor entre las comunidades del Cantón Biblián.

En Biblián el fenómeno migratorio a dado lugar a que la música, danza, vestimenta autóctona haya sido reemplazada por costumbres extranjeras rompiendo drásticamente con la continuidad de las manifestaciones del patrimonio inmaterial.

2.2 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

2.2.1 PIB

Parkin, Esquivel & Muñoz (2007, p.112) explica que el PIB o Producto Interno Bruto es “el valor de mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un período determinado”.

De acuerdo a datos del Banco Mundial, la economía ecuatoriana en el año 2010 comenzó a recuperarse de la crisis global sufrida en el 2009 con

un crecimiento del 3, 5%, llegando incluso a superar en el año 2011 al 7,8%. En el año 2012, igualmente, la economía estuvo fortalecida, con un porcentaje del PIB de 5,1%.



Gráfico 1. Tasa de crecimiento real PIB (%) Ecuador

Fuente: Banco Central de Ecuador

El actual gobierno ecuatoriano, a más de tener como objetivo fortalecer la matriz productiva, tiene también entre sus metas la erradicación de la pobreza.

Es por ello que el gasto y la inversión pública se han visto incrementados desde el 21% del PIB en el año 2006 a casi el 41% del PIB en el 2012. El gasto público ha sido dirigido mayoritariamente a infraestructura y proyectos de inversión social.

Así mismo es importante recalcar que el turismo actualmente es el sexto rubro que aporta a la economía ecuatoriana ya que el gasto económico del turista se ha incrementado en los últimos años y esto ha permitido que el sector del turismo comience a formar parte del aporte al PIB.

TABLA 4. Ubicación del turismo. Ingreso por turismo 2011-2012

En millones de dólares

| AÑOS | * TURISMO | PETROLEO CRUDO | BANANO Y PLATANO 2) | CAMARON | DERIVADOS PETROLEO 3) | OTROS ELAB. PROD. MAR | MANUFACT. DE METALES 4) | FLORES NATURALES | TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados) |
|-----------|-----------|----------------|---------------------|---------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|------------------|--|
| 2011 | 849,7 | 11.800,0 | 2.246,5 | 1.178,4 | 1.144,9 | 895,0 | 695,9 | 675,7 | 22.322,4 |
| UBICACION | 6 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 7 | 8 | |
| 2012 | 1.032,7 | 12.711,2 | 2.077,4 | 1.279,7 | 1.080,7 | 1.147,5 | 898,9 | 713,9 | 23.769,6 |
| UBICACION | 6 | 1 | 2 | 3 | 5 | 4 | 7 | 8 | |

Fuente: Banco Central de Ecuador (Diciembre, 2013)



Gráfico 2. PIB por sectores en el Ecuador

Fuente: Previsiones, 2012. Banco Central del Ecuador

En lo referente a la provincia del Cañar, de acuerdo a datos del PODT (2012-2030) y a datos publicados del Banco Central del Ecuador, la Producción Bruta Provincial por industria en el año 2006 fue de 460 992 USD.

Tomando en cuenta los datos macroeconómicos obtenidos y considerando el incremento del PIB y de la inversión pública por parte del gobierno, se considera que el ambiente externo del cantón es favorable para

el desarrollo de la actividad turística y por ende para la implementación del presente proyecto.

2.2.2 Inflación

De acuerdo a lo especificado por el Banco Central del Ecuador, la inflación es un indicador que “se mide estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”.

De acuerdo a datos del INEC, la inflación en el año 2013 ha sido la más baja registrada desde hace ocho años atrás, 2,7%, mientras que en el 2012 fue de 4,16%, como se muestra en el Gráfico 3:

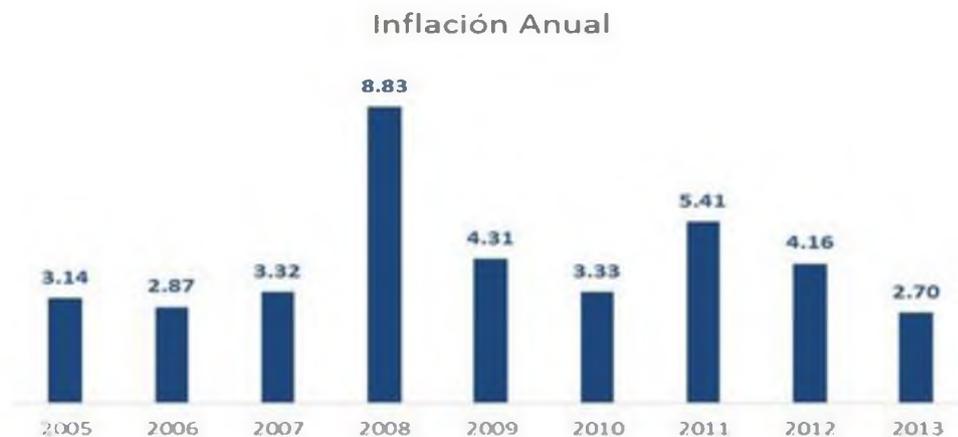


Gráfico 3. Inflación anual Ecuador 2005-2013

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Al analizar la inflación de acuerdo con las divisiones de artículos del IPC en el mes de marzo del 2014, uno de los ítems más significativos del turismo, como es restaurantes y hoteles, representa un 0,49% en el aumento del índice general de precios.

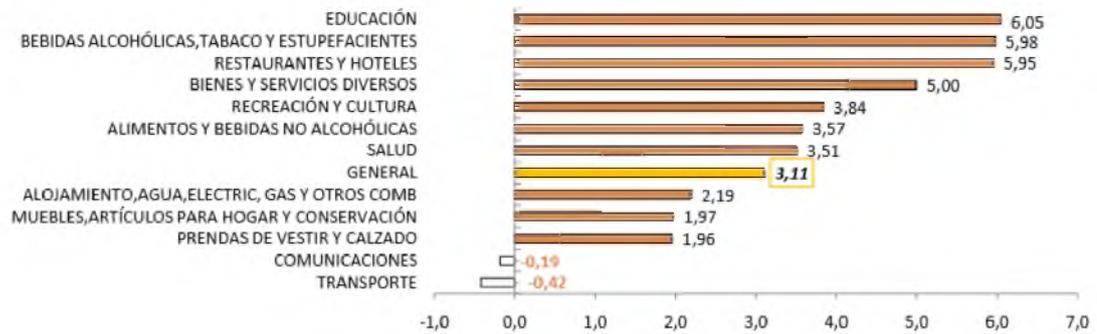


Gráfico 4. Inflación mensual del IPC por divisiones. Marzo 2014.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Pese a que se evidencia que el rubro de restaurantes y hoteles sobre el promedio general del año en curso que es 3,11%, la estabilidad que vive el país en cuanto a cifras inflacionarias provee un marco de previsibilidad para que el sector turismo se desarrolle de una manera adecuada y sustentable.

2.2.3 Ingreso per cápita

El ingreso, renta o PIB per cápita, de acuerdo a Safuentes (2007, p.168) es un indicador económico que “se obtiene dividiendo ingreso total de un país por su número de habitantes”. Ecuador, de acuerdo al nivel de su PIB per cápita se ubica en el puesto 91 de los 181 países que publica el Banco Mundial.

De acuerdo a la revista virtual de economía Ekos Negocios (2013), la economía ecuatoriana en el año 2013 presenta un escenario positivo de crecimiento. Sin embargo, su PIB per cápita de \$4 939,08 sigue siendo inferior a otros países de la región como por ejemplo Chile que tiene el valor más alto de \$16 629,95. Estos datos, junto al porcentaje de la inflación llevan a que la canasta familiar se valore en \$601,6 y la vital en \$ 435,47.

2.2.4 Crecimiento de la industria

En el Ecuador la actividad turística se ha convertido en uno de los principales sectores económicos que mayormente contribuyen al PIB¹. De acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador en una publicación del Ministerio de Turismo (2014), en el año 2012 el país recibió 1.038,7 millones de dólares por concepto de turismo, ubicando a este sector en sexta posición económica después del banano, camarón y otros elaborados productos del mar.

De la misma manera, los ingresos de divisas al país por concepto de viajes y transporte, alcanzaron los 1 038.7 millones de dólares en el año 2012:

TABLA 5. Ingresos de divisas por viajes y transporte. 2012

En millones de dólares

| TRIMESTRES | 2012 | | |
|---------------|----------------|------------|-----------------------------------|
| | INGRESOS (a) | | TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS (a) |
| | VIAJES | TRANSPORTE | |
| I TRIMESTRE | 248,6 | 1,7 | 250,3 |
| II TRIMESTRE | 255,4 | 1,6 | 257,0 |
| III TRIMESTRE | 258,0 | 1,5 | 259,5 |
| IV TRIMESTRE | 270,5 | 1,4 | 271,9 |
| TOTAL | 1.032,5 | 6,2 | 1.038,7 |

Fuente: Banco Central de Ecuador (Diciembre, 2013)

Por otro lado, el Plan de Turismo 2020 emitido en el año 2007 por el Ministerio de Turismo del Ecuador, indica que del total de visitantes que realizan turismo interno en el país, el 36% son excursionistas y el 64% son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual, como se muestra en el Gráfico 5.

¹ Producto Interno Bruto



Gráfico 5. Visitantes nacionales de Ecuador

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador. Encuesta de turismo interno (2003)

En año 2008 se incluyó un módulo de turismo interno en la encuesta de empleo, subempleo y desempleo, realizada por el INEC, donde se concluyó que el 26,6% de las familias ecuatorianas realizaron un viaje al interior del país en el período de referencia que fue de Agosto a Octubre de ese mismo año. Se determinó que 4 387 personas se movilizaron por concepto de turismo en el período de referencia del año en cuestión, provenientes de las cinco ciudades principales del país, y que las ciudades que emitieron más familias al turismo fueron Machala y Guayaquil, seguidas de Cuenca, Quito y Ambato.

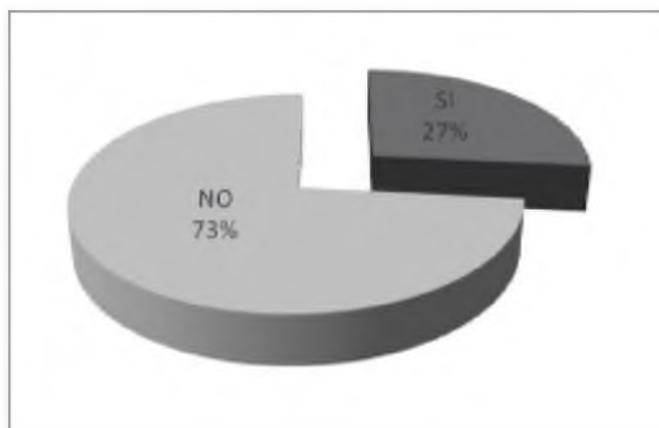


Gráfico 6. Hogares ecuatorianos que viajan al interior del país

Fuente: Encuesta de movimientos y consumo turístico de los residentes en el Ecuador. INEC. Año 2008.

A nivel de país, el turismo interno experimentó un crecimiento del 30% entre los años 2008 y 2009 como se muestra en la Tabla 6:

TABLA 6. Flujo turístico interno y receptor. Ecuador 2008-2009

| AÑO | TURISMO INTERNO | | TURISMO RECEPTOR | |
|-----|------------------------|-------------|------------------------|---------------------|
| | VISITANTES NACIONALES | CRECIMIENTO | TURISTAS EXTRANJEROS | CRECIMIENTO |
| | 4.000.000 ^a | --- | 1.005.297 ^b | 7,23% ^c |
| | 6.000.000 ^a | 30% | 970.086 ^b | -3,50% ^c |

Fuente: Coronel (2011). Sistematización y análisis de estimaciones y estadísticas del turismo interno en el Ecuador. 2008-2009.

En lo referente a las preferencias de los turistas por las actividades a realizar en sus desplazamientos turísticos internos y a las preferencias de visita a atractivos turísticos nacionales, se puede observar en la Tabla 7 y 8:

TABLA 7. Preferencias de actividad de turistas nacionales

| ACTIVIDAD REALIZADA | % |
|--|------------|
| Diversión | 45,6 |
| Visitar naturaleza o áreas protegidas | 26,1 |
| Practicar deportes | 12,2 |
| Gastronomía | 6,4 |
| Observar flora y fauna | 3 |
| Visitar sitios arqueológicos, históricos | 2,9 |
| Realizar compras | 2 |
| Visita a comunidades | 0,2 |
| Visitar shamanes, curanderos | 0,1 |
| Otros | 1,7 |
| Total | 100 |

Fuente: Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo (2003)

TABLA 8. Preferencias de visita a atractivos turísticos nacionales

| ATRACTIVO VISITADO | % |
|---------------------------|------------|
| Sitios naturales | 29,5 |
| Playas | 29,1 |
| Balnearios termales | 15,2 |
| Sitios de diversión | 8,3 |
| Sitios de comida | 5,4 |
| Fiestas y mercados | 3,8 |
| Fiestas religiosas | 2,5 |
| Otros | 2,1 |
| Parque nacional | 1,5 |
| Museos | 1,3 |
| Zonas históricas | 1 |
| Sitios arqueológicos | 0,3 |
| Total | 100 |

Fuente: Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo (2003)

La megabiodiversidad del Ecuador se manifiesta en la variedad de atractivos naturales y culturales, situados en sus cuatro regiones. “Esta diversidad resulta más atractiva por ser un país de dimensiones comparativamente reducidas que permiten desplazamientos internos relativamente cortos.” (Ministerio de Turismo, 2007, p.12)

En el año 2012, de acuerdo a datos del Ministerio del Medio Ambiente, las áreas naturales del país fueron visitadas en un 80% por turistas nacionales y un 20% por turistas extranjeros, como se muestra en el Gráfico 7:

Visitas de turistas en áreas naturales. Año 2012

■ Turistas nacionales ■ Turistas extranjeros

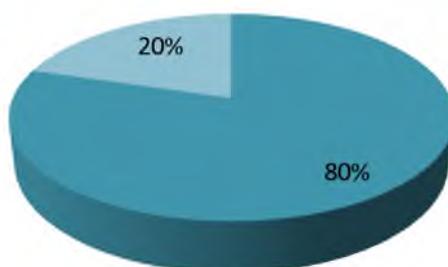


Gráfico 7. Visitas de turistas en áreas naturales. Año 2012

Fuente: Dirección Nacional de Áreas naturales y vida silvestres. Ministerio del Medio ambiente.

Por otro lado, la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo con su módulo de turismo, a marzo del 2010, establece que dos de cada diez hogares visitaron algún atractivo turístico en su respectivo cantón durante el primer trimestre de ese año y que cuatro de cada diez familias viajaron a algún destino fuera de su cantón de origen:

Turismo Interno

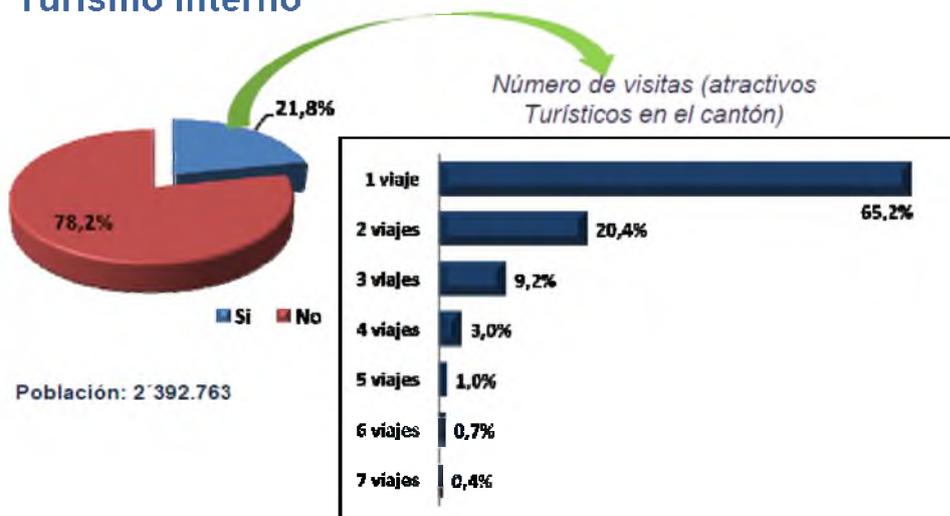


Gráfico 8. Turismo en su propio cantón. Marzo 2010

Fuente: INEC. Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo. Marzo, 2010.



Gráfico 9. Turismo fuera de su lugar su cantón de origen. Marzo 2010.

Fuente: INEC. Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo. Marzo, 2010.

De acuerdo a la misma encuesta, se determinó que el 59% de los viajes realizados internamente por los turistas ecuatorianos se distribuyen entre las siguientes ciudades, mientras que el 41% restante visita otras ciudades no típicas:

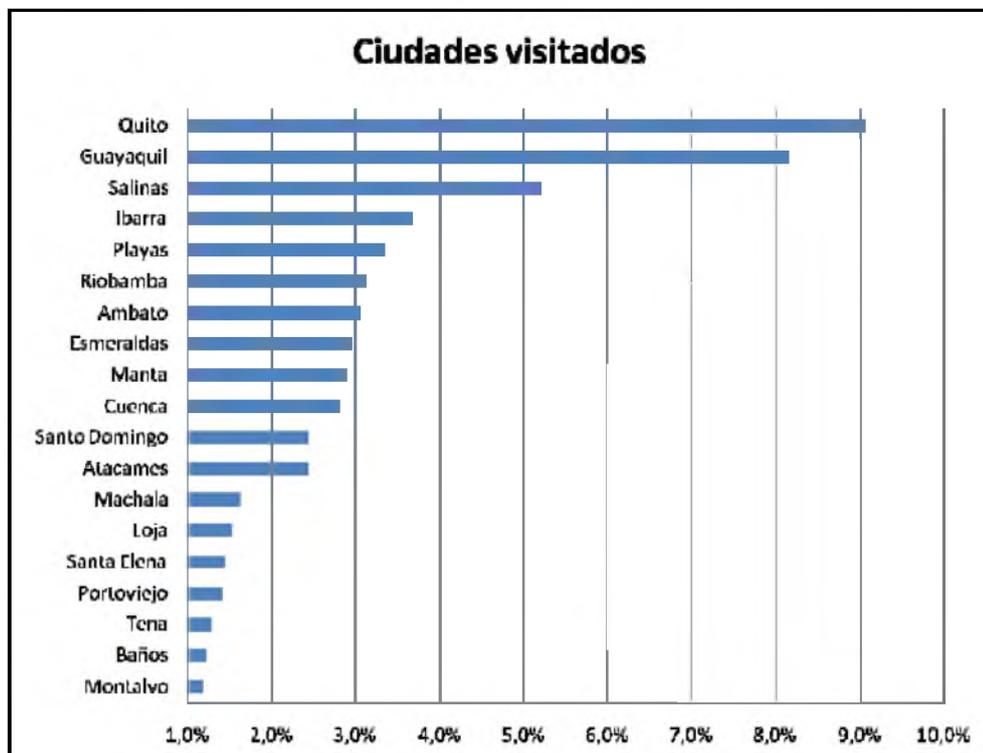


Gráfico 10. Ciudades más visitadas por los ecuatorianos.

Fuente: INEC. Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo. Marzo, 2010.

Frente a todos estos datos estadísticos se evidencia, entonces, un ambiente externo favorable al desarrollo turístico.

2.2.5 Aspectos tecnológicos

El acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, también denominadas TIC's, son fundamentales en el desarrollo del turismo. De acuerdo a la ANDES², "a nivel mundial, el índice de desarrollo en torno a las nuevas tecnologías de la información es de 4,35 puntos y Ecuador que estaba en 3,73 subió a 4,08. A nivel mundial pasó del puesto 83 al puesto 81". (ANDES, 2013, párr.2)

Según el área, el acceso a Internet en el país se detalla en el Gráfico 11:

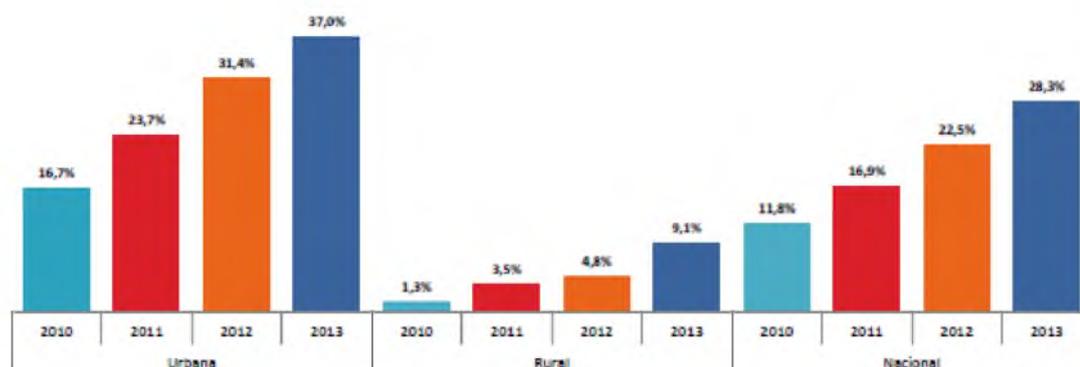


Gráfico 11. Acceso a Internet por área.

Fuente: INEC. Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo. (2010-2013)

A nivel Nacional se evidencia un incremento significativo desde el año 2010 hasta el año 2013 en un 16,5%.

Por su parte, en la provincial del Cañar, en valores absolutos, se puede apreciar un incremento de más de 3 500 familias con acceso a Internet desde el año 2008 al año 2011.

² Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica

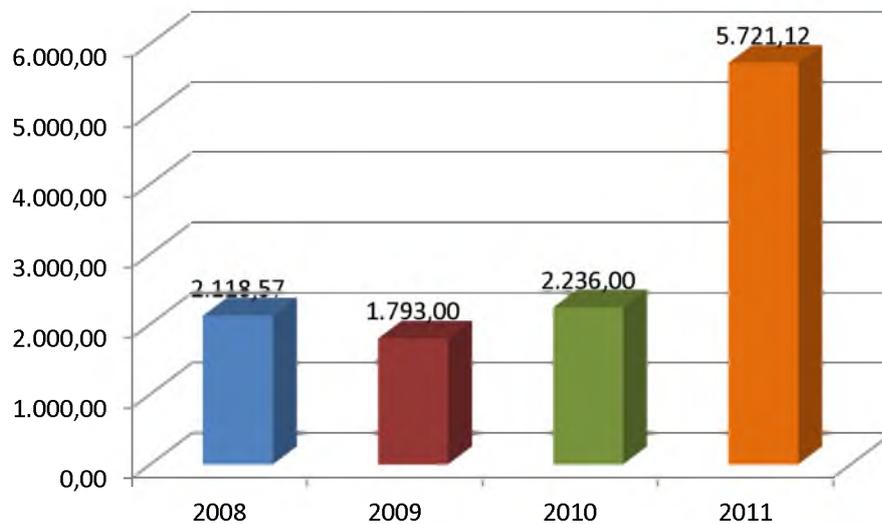


Gráfico 12. Acceso a Internet en la Provincia del Cañar.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Estos importantes incrementos en el acceso a la principal fuente de información en la actualidad, destacan la importancia del aporte de las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías para fortalecer la matriz productiva en todos sus sectores, incluyendo el turismo, como parte fundamental del progreso y desarrollo de los mismos.

2.2.6 Aspectos culturales

Idioma

Al hablar del idioma se puede manifestar que en el Cantón Biblián se utiliza el idioma castellano como lengua oficial, aclarando que en algunos sectores y comunidades del cantón como por ejemplo en: Aguarongo, Charon Ventanas y Buerán, el idioma original es el quichua.

El quichua es la lengua nativa que la población heredó de sus antepasados, sin embargo, en estas comunidades también se utiliza el castellano como lengua alternativa, llegando a deducir que los habitantes de

estas zonas, de manera especial los del sector rural que son quienes más utilizan el quichua, son bilingües. De la misma manera, cabe recalcar que en el sector urbano y urbano marginal de Biblián y los demás cantones de la provincia, la gente todavía expresa algunas palabras y frases en quichua en su cotidianeidad.

Costumbres

La cultura es la carta de presentación de un pueblo, es la que lo hace diferente y único de los demás pueblos. Es un requisito indispensable para hacerle importante, atractivo e inmortal a un pueblo, pues a través de la cultura se puede conocer y apreciar aspectos y situaciones ancestrales, únicas y no comunes de las generaciones pasadas.

Arquitectura

Según datos obtenidos en la Dirección de Cultura Provincial del Cañar, dentro del Cantón Biblián, al igual que en los demás cantones de la provincia, en cuanto a la arquitectura se puede manifestar que existen construcciones elaboradas con diferentes tipos de arquitectura tanto en el área urbana como rural, evidenciando un mayor predominio de la arquitectura popular o vernácula. También existen muchas construcciones de arquitectura civil, arquitectura religiosa y arquitectura tipo hacienda.

Fiestas tradicionales

En el cantón Biblián también existe gran población indígena, es por ello que, a más de las celebraciones de cantonización y parroquialización, hay festividades propias del lugar que desde tiempos muy antiguos se vienen practicando y celebrando con igual o mayor importancia que las fiestas comunes de la localidad. Estas celebraciones ancestrales son comunes a lo

largo de toda la provincia, y específicamente en el Cantón Biblián se celebra la fiesta del Pawkar Raymi.

El Pawcar Raymi es una fiesta celebrada por los indígenas del centro de los Andes para dar gracias al sol y a la tierra por la cosecha de los primeros granos tiernos como un vínculo entre el indígena y la naturaleza. Esta fiesta ancestral se celebra por el florecimiento de los granos tiernos, la papa, las habas, el melloco y el choclo.

Conocimientos de medicina tradicional y saberes ancestrales

Los saberes ancestrales forman parte de la cultura de los pueblos y junto a la medicina tradicional se constituyen en prácticas que han subsistido a través del tiempo y se han transmitido de generación en generación. Todos estos saberes están al margen de la educación formal, sin embargo, en la actualidad han tomado fuerza por su valor intrínseco y su efectividad.

A continuación se exponen algunos de estos saberes ancestrales que tiene gran parte de la población del Cantón Biblián:

- **Medicina natural:** cura del espanto con montes, cura del mal de ojos, cura del mal aire, parto tradicional, faja a los neonatos, cura de enfermedades en general.
- **Gastronomía y conservación de alimentos:** Cocido del mote, uso del ají, secado de la carne al ambiente, guarda de los vegetales en ollas de barro, ahumado de los alimentos.
- **Prácticas agrícolas:** siembra del maíz y fréjol en asocio que es un tradición de antaño, siembra por esqueje solamente con el uso de una estaca que perfora la tierra a través del uso de animales.

2.3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO SITUACIONAL

2.3.1 Participación de mercado

De acuerdo a Kotler & Lane (2006, p.120), la participación de mercado hace referencia a “las ventas de la empresa expresadas como porcentaje de las ventas totales del mercado”. En este caso se hace referencia al mercado turístico. La ausencia de cifras oficiales no permite conocer el estado del sector turístico a nivel provincial y cantonal. Sin embargo, se conoce, de acuerdo a la oficina regional del Ministerio de Turismo en el Austro, que el cantón Biblián aporta con el 5% del total de atractivos turísticos dentro de la provincia del Cañar, como se muestra en el Gráfico 13:

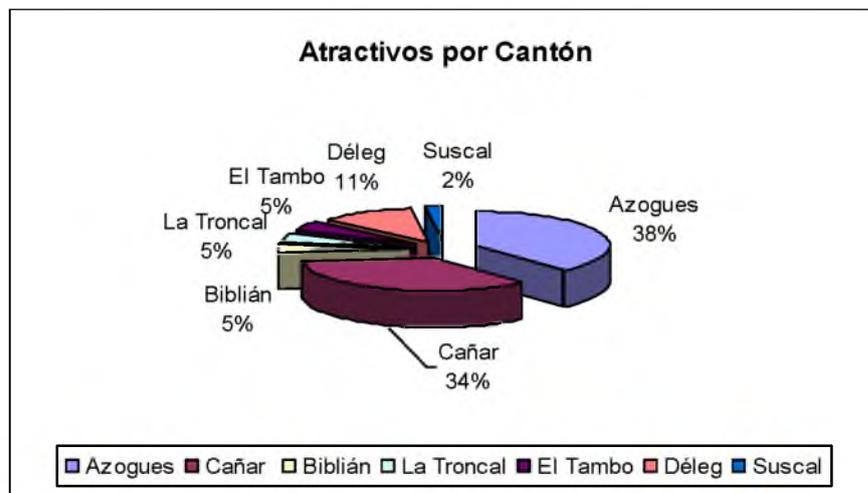


Gráfico 13. Atractivos turísticos por cantón. Provincia del Cañar

Fuente: Regional del Ministerio de Turismo en el Austro.

2.3.2 Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto, como expresan Kotler & Armstrong (2007, p.337), es “el curso que las ventas y utilidades de un producto siguen durante su existencia”. El cantón Biblián como destino turístico se encuentra en la etapa de implicación, es decir, la etapa en la que las autoridades

locales se involucran en el proyecto para poder llevarlo a cabo. Esta etapa es importante para la gestión de marketing, ya que es cuando se deben concentrar los esfuerzos para dar a conocer el destino turístico a los mercados objetivos.

A continuación, la Figura 9 muestra la ubicación del Cantón Biblián en el ciclo de vida en el que se encuentra:

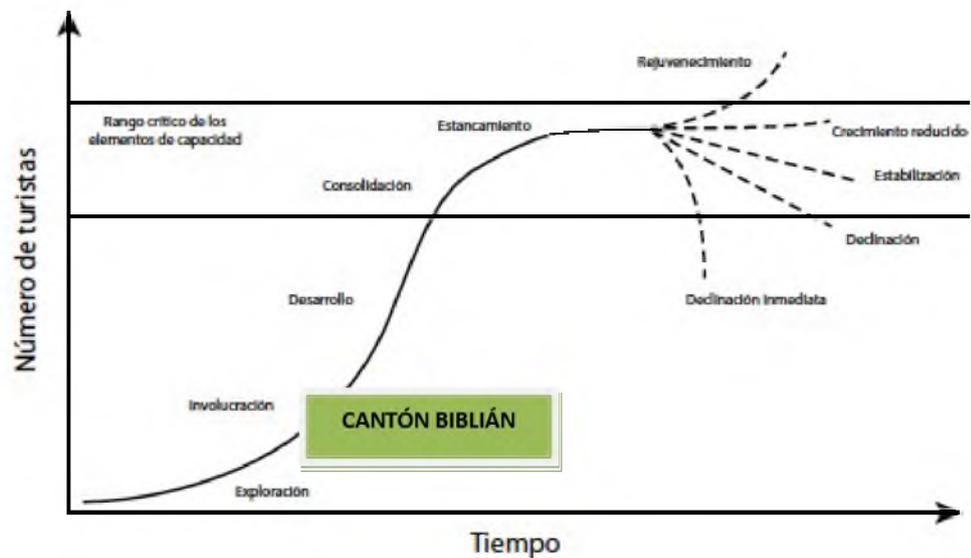


Figura 9. Ciclo de vida del cantón Biblián como destino turístico

Elaborado por: el autor

Por otro lado, los productos turísticos que se pretende lanzar conjuntamente con la marca Cantón Biblián, se encuentran en la etapa de introducción, ya que son productos que recién van a ser incorporados al mercado como muestra la Figura 10:

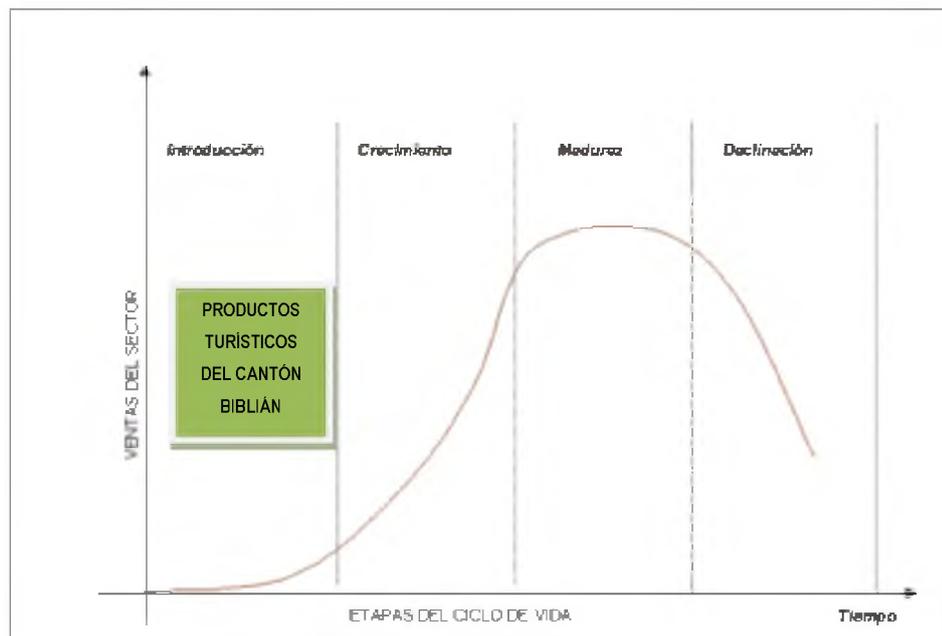


Figura 10. Ciclo de vida de los productos turísticos del Cantón Biblián
 Elaborado por: el autor

2.3.3 FODA

FORTALEZAS

- **Gran potencial turístico:** El Cantón Biblián posee un gran potencial turístico. Actualmente, dos de los atractivos que posee han sido reconocidos por el MITUR y uno de ellos como Patrimonio Cultural del Ecuador.
- **Unidad de turismo en el GAD Municipal:** El GAD Municipal de Biblián, como entidad que implementa los proyectos a nivel cantonal, cuenta en la actualidad con una unidad que se encarga del aspecto turístico del Cantón.
- **Existencia de áreas vacantes:** para receptor la futura infraestructura destinada al turismo.
- **Bajo índice de contaminación por ruido:** En el cantón Biblián, de acuerdo a datos del PDOT de la provincia, existe un bajo índice de

contaminación por ruido, lo cual es idóneo para impulsarlo como sitio de descanso y relajación.

- **Participación activa de la población:** en actividades vinculadas al progreso de la ciudad.

OPORTUNIDADES

- **Inventario de atractivos turísticos a potenciar:** Biblián cuenta con un inventario de atractivos turísticos bastante extenso, sin embargo, no todos han sido reconocidos aún por el MITUR. Esta es una oportunidad que se genera para poder potenciar estos atractivos.
- **Cercanía de las operadoras de turismo:** Aunque en el cantón no existen en la actualidad operadoras de turismo, la ciudad más cercana a Biblián, es decir, Azogues, cuenta con agencias de viaje y operadoras de turismo que trabajan con nichos específicos de mercado y con paquetes todo incluido. La distancia de Biblián a Azogues es de 7,2 Km, en un lapso de tiempo de 10 minutos.
- **Programas de desarrollo de actividad manufacturera y artesanal:** Actualmente, la Municipalidad de Biblián se encuentra implementando programas para el desarrollo del potencial humano en cuanto a la actividad manufacturera y artesanal.
- **Proyectos de mejoramiento de infraestructura y vialidad:** Actualmente, existen proyectos para el mejoramiento de los servicios de infraestructura básica y de mejoramiento vial a través del Plan de Ordenamiento Territorial.

DEBILIDADES

- **En el aspecto institucional:** Insuficiente apoyo institucional al desarrollo y promoción turística. Descoordinación de las instituciones públicas y privadas.

- **En la oferta de servicios turísticos:** Ausencia de productos y atracciones turísticas, lo cual pone al cantón en desventaja competitiva frente a otros cantones de la provincia y del país. A pesar de contar con atractivos turísticos, la provincia del Cañar no tiene la disponibilidad de eventos y actividades llamativas que interesen o que sean una alternativa para el turista, esto se evidencia especialmente en la noche, a partir de las 20H00 ya no existe atención en la mayoría de los comercios y servicios, restando atractividad al destino.
- **En el aspecto de vialidad y transporte:** Las vías de acceso no se encuentran todas en un estado óptimo que ayude a desarrollar el turismo. No existe una señalética adecuada que informe y/o ayude a los turistas a llegar con facilidad a las comunidades turísticas. El cantón lamentablemente posee una estructura deficiente, de terminales terrestres, haciendo que el servicio de transporte sea desorganizado, con paradas en distintitos sitios, lo cual desorienta al visitante.
- **En los canales de comunicación y tecnología:** El sector turístico del cantón no cuenta con un portal Web en donde el usuario pueda obtener una información completa de los atractivos y servicios turísticos, menos aún poder realizar una reservación on line, de hoteles y restaurantes.
- **En la infraestructura:** Es escasa la infraestructura relacionada a hoteles, teatros, cines, sitios para la práctica de deportes, parques y museos.
- **En el aspecto microempresarial:** Ausencia de emprendimientos e iniciativas micro-empresariales y empresariales. Ausencia de incentivos para la inversión.
- **Desconocimiento del patrimonio:** El turismo no ha sido considerado como una actividad productiva rentable.

AMENAZAS

- **Competencia turística del sector:** La competencia turística dentro de la provincia es la principal amenaza en el sentido de que también se trata

de un turismo potencial en pleno desarrollo. Las ciudades cercanas, fuera de la provincia, que mayor amenaza representa es la ciudad de Cuenca.

- **Incremento de la emigración** debido a la falta de fuentes de trabajo. Biblián es uno de los 5 cantones del país con el más alto índice de migrantes, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda del 2010. Se conoce que casi el 10% de la población de cada uno de estos cantones, ha migrado al exterior.
- **Crecimiento desordenado de la ciudad** en áreas vacantes y áreas en proceso de consolidación. Expansión de la ciudad hacia áreas vacantes no urbanizables.
- **Deterioro progresivo del equipamiento urbano** debido a la falta de mantenimiento.

2.3.4 Matriz EFE-EFI

Evaluación de los factores internos

García (2013), manifiesta que la matriz EFI es una forma resumida de evaluar los factores internos de la gestión estratégica dado que resume las fortalezas y las debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio, asignándoles una calificación y siendo determinantes en el éxito que pueda alcanzar la empresa con su estrategia.

La matriz de evaluación de factores internos o EFI servirá para evaluar de una manera más profunda aquellas fortalezas y debilidades detalladas en el análisis FODA realizado para el Cantón Biblián, se detalla en la Tabla 9:

TABLA 9. Evaluación de los factores internos del Cantón Biblián. Matriz EFI

| Factores críticos para el éxito | Peso | Calificación | Total ponderado |
|---|-------------|--------------|-----------------|
| FORTALEZAS | | | |
| Gran potencial turístico | 0,20 | 4 | 0,80 |
| Unidad de turismo en el GAD Municipal | 0,06 | 4 | 0,24 |
| Existencia de áreas vacantes | 0,05 | 3 | 0,15 |
| Bajo índice de contaminación por ruido | 0,05 | 3 | 0,15 |
| Participación activa de la población | 0,05 | 3 | 0,15 |
| DEBILIDADES | | | |
| Insuficiente apoyo institucional | 0,10 | 1 | 0,10 |
| Escasa oferta de atractivos turísticos | 0,10 | 1 | 0,10 |
| Sistema de vialidad y transporte deficiente | 0,09 | 1 | 0,09 |
| Canales de comunicación y tecnologías incipientes | 0,08 | 2 | 0,16 |
| Escasa infraestructura | 0,09 | 1 | 0,09 |
| Deficiente desarrollo microempresarial | 0,07 | 2 | 0,14 |
| Desconocimiento del patrimonio | 0,06 | 2 | 0,12 |
| Totales | 1,00 | | 2,29 |

Elaborado por: el autor

El total ponderado de 2,29 revela que el Cantón Biblián es muy débil en el medio interno. Sin embargo, vale recalcar que sus fortalezas tiene un peso mayor que las debilidades. Por lo tanto, pese a la debilidad interna que presenta el Cantón Biblián en el área de desarrollo turístico, las fuerzas internas son favorables.

La escala de valores utilizada en la matriz EFI es la siguiente:

1=debilidad mayor

2=debilidad menor

3=fortaleza menor

4=fortaleza mayor

Evaluación de los factores externos

La matriz de evaluación de los factores externos o EFE, de acuerdo a García (2013), permite resumir y evaluar la información del entorno de carácter económico, social, cultural, demográfico y ambiental de la empresa. La Tabla 10 detalla la evaluación de los factores externos del Cantón Biblián:

TABLA 10. Evaluación de los factores externos del cantón Biblián. Matriz EFE

| Factores críticos para el éxito | Peso | Calificación | Total ponderado |
|--|-------------|--------------|-----------------|
| OPORTUNIDADES | | | |
| Inventario de atractivos turísticos a potenciar | 0,25 | 4 | 1,00 |
| Cercanía de operadoras de turismo | 0,10 | 1 | 0,10 |
| Programas de desarrollo de actividad manufacturera y artesanal | 0,10 | 2 | 0,20 |
| Proyectos de mejoramiento de infraestructura y vialidad | 0,15 | 2 | 0,30 |
| AMENAZAS | | | |
| Competencia turística del sector | 0,15 | 1 | 0,15 |
| Incremento de la emigración | 0,10 | 1 | 0,10 |
| Crecimiento desordenado de la ciudad | 0,05 | 1 | 0,05 |
| Deterioro progresivo del equipamiento urbano | 0,10 | 2 | 0,20 |
| Totales | 1,00 | | 2,10 |

Elaborado por: el autor

El total ponderado es inferior a 2,5 lo cual indica que el cantón no está respondiendo de una manera acertada a las oportunidades y amenazas externas. Las estrategias para el desarrollo del turismo en la localidad no están optimizando las oportunidades ni evitando las amenazas externas.

La escala de valores utilizada en la matriz EFE, tomando en cuenta que lo que se analiza es la respuesta de la localidad ante el factor, es la siguiente:

4=respuesta superior

2=respuesta media

3=respuesta superior a la media

1=respuesta mala

2.3.5 Matriz de perfil competitivo

La matriz de perfil competitivo (MPC) es una herramienta que, de acuerdo a David (2003), se utiliza para “identificar a los principales competidores de una empresa, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio” (p.112). Para la matriz del perfil competitivo fueron tomados en cuenta los cantones de Azogues y Cañar ya que agrupan los mayores referentes turísticos a nivel provincial.

TABLA 11. Matriz de perfil competitivo

| Factor Clave | Peso | Atractivos turísticos | | | | | |
|---|-------------|-----------------------|----------------|----------------|----------------|--------------|----------------|
| | | Cantón Biblián | | Cantón Azogues | | Cantón Cañar | |
| | | Calificación | Peso Ponderado | Calificación | Peso Ponderado | Calificación | Peso Ponderado |
| Atractivos naturales | 0,17 | 4 | 0,68 | 3 | 0,51 | 3 | 0,51 |
| Atractivos Culturales | 0,17 | 4 | 0,68 | 4 | 0,68 | 4 | 0,68 |
| Calidad de los servicios y productos turísticos | 0,16 | 1 | 0,16 | 3 | 0,48 | 4 | 0,64 |
| Recurso humano | 0,08 | 1 | 0,08 | 2 | 0,16 | 3 | 0,24 |
| Publicidad turística | 0,07 | 1 | 0,07 | 1 | 0,07 | 3 | 0,21 |
| Infraestructura hotelera | 0,12 | 1 | 0,12 | 3 | 0,36 | 2 | 0,24 |
| Participación de mercado | 0,09 | 1 | 0,09 | 3 | 0,27 | 3 | 0,27 |
| Apoyo institucional | 0,08 | 2 | 0,16 | 3 | 0,24 | 3 | 0,24 |
| Ubicación geográfica | 0,06 | 3 | 0,18 | 3 | 0,18 | 3 | 0,18 |
| Total | 1,00 | | 2,22 | | 2,95 | | 3,21 |

Elaborado por: el autor

La escala de valores utilizada para la Tabla 11 es la siguiente: 1=debilidad grave, 2=debilidad menor, 3=fortaleza menor, 4=fortaleza mayor.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el competidor más fuerte y amenazador es el Cantón Cañar con su complejo turístico Ingapirca, y el más débil es el Cantón Biblián

2.3.6 Cadena de valor

Como manifiestan Robbins y Coulter (2010, p.430) en su obra, la cadena de valor, “es la serie completa de actividades laborales de una organización que añaden valor a cada etapa, desde la materia prima hasta el producto terminado”.

En el caso del Cantón Biblián y su desarrollo turístico, al igual que cualquier otra empresa, necesita consumidores, en este caso los turistas para poder desarrollarse en este sector, por lo tanto, al aplicar la cadena de valor lo que se pretende es proporcionar ese valor representativo para el turista para poder atraer y mantenerlos.

En la situación actual, la Cadena de Valor del Cantón Biblián, se puede completar como se muestra en la Figura 11:

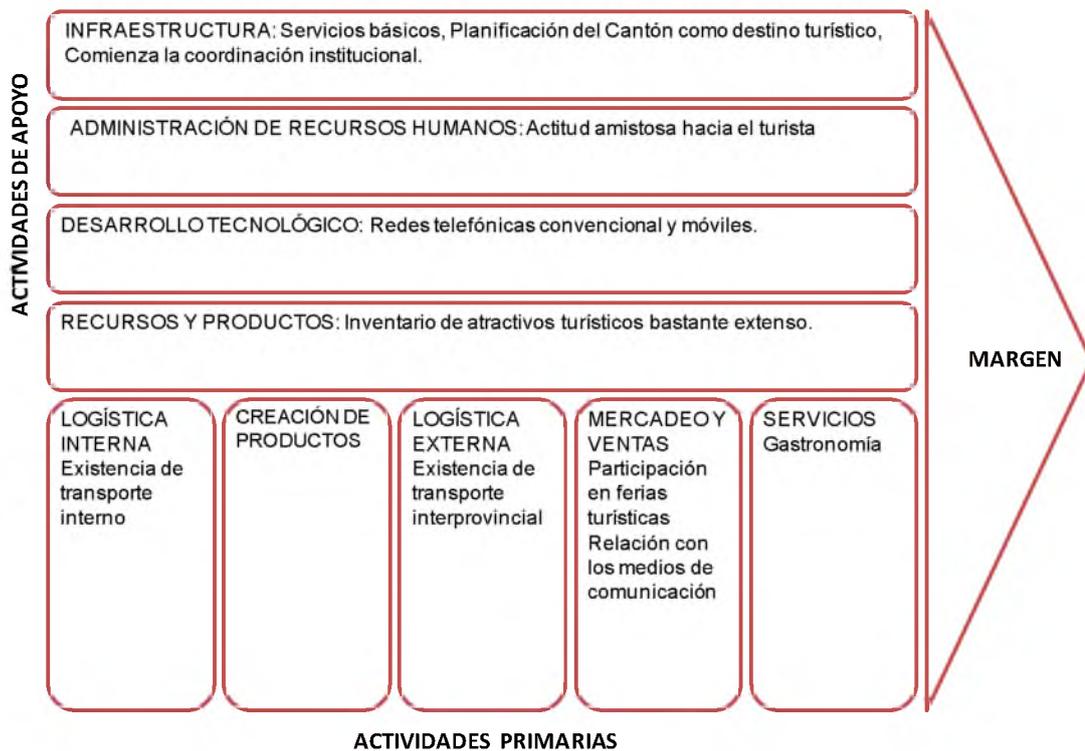


Figura 11. Cadena de valor actual del Cantón Biblián

Elaborado por: el autor

Una vez realizado el diagnóstico por medio de las encuestas y la información obtenida en las diferentes instituciones cantonales, y habiendo identificado las debilidades existentes en Biblián por medio del FODA, se diseñó la Cadena de Valor del cantón por medio del modelo genérico de esta herramienta de Michael Porter.

En la Figura 11 se pueden observar las actividades que son fuente de ventaja competitiva en el Cantón Biblián. También se evidencia la existencia de actividades primarias y de apoyo, pero que no generan una verdadera ventaja competitiva a la localidad, y son precisamente aquellas deficiencias las que se proyecta corregir.

Una cadena de valor óptima para el desarrollo turístico del Cantón Biblián sería la siguiente como muestra la Figura 12:

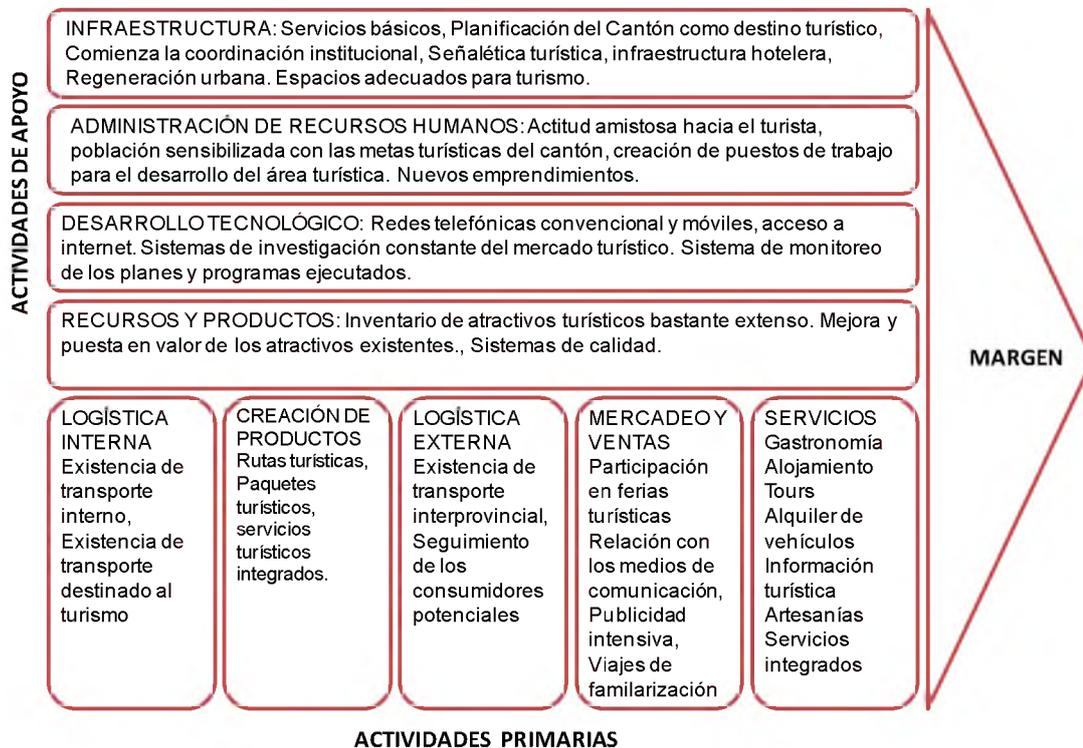


Figura 12. Cadena de valor óptima del Cantón Biblián

Elaborado por: el autor

En la gestión de los destinos turísticos el valor es un elemento fundamental ya que los productos de índole turística no son precisamente productos de primera necesidad, es decir, no existe una necesidad apremiante de utilizar o consumir productos turísticos, por lo tanto, el valor agregado requiere de un mayor esfuerzo para las localidad que tienen como meta desarrollarse en esta área.

2.3.7 Cinco fuerzas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter, de acuerdo a Hitt (2006, p.92), analiza las fuerzas ambientales que “influyen de manera significativa en las organizaciones que se desempeñan en una misma industria”. La competitividad en el sector turístico hace referencia a la capacidad que tiene la localidad para atraer visitantes y que estos visitantes generen ingresos por medio de la adquisición de servicios y productos propios del sector.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter, permite establecer el grado de competitividad existente en el Cantón Biblián en cuanto al turismo:

- **Poder negociador de los proveedores:** Este poder depende de la cantidad de proveedores que existan en la localidad. En este caso, el Cantón Biblián no cuenta con oferta turística, por lo tanto tampoco cuenta con proveedores de productos turístico. La infraestructura hotelera y de restauración también es insuficiente, por lo tanto la oferta de este tipo de servicios complementarios es minúscula. El poder de negociación de los proveedores es alto.
- **Poder negociador de los compradores:** La demanda por turismo en el Cantón Biblián es escasa. El turismo religioso que se genera por la devoción a la Virgen del Rocío, tiene su apogeo en el mes de septiembre, sin embargo, los datos registrados de turistas que se quedan alojados en el Cantón para esta celebración de índole religiosa, es prácticamente nulo. Al no haber oferta turística y de servicios complementarios, los turistas que llegan al Cantón, optan por pernoctar en lugares cercanos como Cuenca y Azogues. El poder de negociación de los compradores es medio bajo.
- **Posibilidad de competidores potenciales:** Dentro de la provincia del Cañar, un competidor potencial es Ingapirca, ya que es el mayor referente turístico del sector. De igual manera, los Baños de Inca en Coyector y la Estación de Trenes en El Tambo, son competidores potenciales que con el paso del tiempo están incrementando sus servicios para captar una mayor afluencia de turistas. En lo referente al Cantón, está abierta la oportunidad a nuevos inversores que apuesten por realizar inversiones de carácter privado para proveer de servicios turísticos al cantón. El poder de negociación es bajo.

- **Grado de rivalidad interna:** A nivel institucional, al no poder existir en un cantón más de una entidad municipal, no puede existir una rivalidad entre instituciones que regulen la actividad turística en el cantón y la explote. Por otro lado, la rivalidad interna de servicios turísticos dentro del Cantón Biblián es nula. La existencia de un solo lugar de alojamiento no permite que exista una rivalidad interna. La inexistencia de agencias y operadoras turísticas que ofrezcan paquetes turísticos del sector también es una muestra de que la competitividad del cantón es deficiente.
- **Productos sustitutos:** Los productos sustitutos para la entidad que regula el turismo del sector serían otras actividades productivas como la ganadería y la agricultura, dos sectores con gran desarrollo en el cantón. A nivel de consumidores, los productos sustitutos serían todas aquellas actividades de índole recreativa como el deporte.

2.3.8 Conclusión del capítulo

En análisis situacional del microentorno y macroentorno del cantón Biblián, permite concluir que, pese a las debilidades existentes internamente en el cantón, el potencial turístico es enorme y puede ser convertido un destino digno de ser admirado tanto por turistas locales como nacionales.

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Objetivo General

Conocer el perfil del turista local y el perfil del turista que visita el cantón Biblián desde otras provincias del país.

3.1.2 Objetivos Específicos

1. Conocer la frecuencia y los motivos de visita del turista que llega al Cantón Biblián.
2. Determinar cuáles son los lugares más frecuentados por los turistas que visitan el Cantón Biblián.
3. Indagar sobre la percepción que tienen los visitantes de Biblián acerca de la difusión de los atractivos turísticos de la localidad.
4. Identificar el tipo de turismo de preferencia de los visitantes del Cantón Biblián para determinar cuál de ellos potenciar.
5. Conocer los medios de comunicación de preferencia de los visitantes de Biblián.

3.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Identificación del problema

El Cantón Biblián posee atractivos de gran valor cultural y natural que no están siendo aprovechados para el desarrollo de la localidad en el área turística. Por esta razón, el cantón se ve en la necesidad de darse a conocer

a través del diseño de productos turísticos y un buen plan de marketing que permitan atraer al visitante local y nacional.

3.2.2 Población

La primera población a ser analizada es la del turista local, es decir, aquellas personas que visitan frecuentemente el cantón Biblián buscando recrearse en sitios cercanos a sus residencias. La población elegida es la del Cantón Azogues, capital de la Provincia del Cañar, ciudad ubicada a tan solo 15 minutos de Biblián. Para ello es necesario tomar en cuenta que la población urbana de Azogues, según el Censo de Población y Vivienda 2010, es de 37.995 habitantes.

Para la realización de este estudio se tomó en cuenta la Población económicamente Activa (42,5%) según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, es decir, 16.147 habitantes.

Los grupos de interés del proyecto son: los empleados privados, cuenta propia y empleados públicos, por considerarse que mayoritariamente se encuentran ubicados en el nivel socioeconómico medio. Estas categorías conforman el 71,9% de la Población Económicamente Activa, PEA, en la provincia, según datos del INEC 2010. Entonces, la población a ser tomada en cuenta es de: 11.609 personas.

La segunda población a ser considerada para el presente estudio consiste en los turistas que llegan a Biblián desde diferentes provincias del país. El referente más importante de turistas consiste en la Romería de la Virgen del Rocío que se realiza cada 8 de Septiembre en la Gruta de la Virgen del Rocío ubicada en una roca del monte Zhalao de Biblián.

La cifra que el Municipio de Biblián maneja con el Ministerio de Turismo, MITUR, de los turistas que visitan el santuario como el mayor referente

turístico del cantón es de 7650 turistas registrados. Por lo tanto, pese a que se trata solo de la categoría de turismo religioso, esta referencia será tomada en cuenta por tratarse de la mayor aglomeración de turistas que tiene el cantón Biblián.

3.2.3 Métodos a utilizar

Se utilizará la investigación cuantitativa que, según el libro de análisis de mercados de Publicaciones Vértice (2008, p.112), “se asocia principalmente con las encuestas o los experimentos, y se considera aún fundamental en el sector de investigación para reunir datos de marketing”.

En este tipo de investigación destaca la encuesta como principal técnica y el cuestionario como principal herramienta, ya que se acude al recurso de las preguntas formales y respuestas predeterminadas para obtener hechos concretos que sirvan al investigador.

Entre los objetivos de este tipo de investigación es obtener la información necesaria para la toma de decisiones, especialmente en lo que respecta a los pronósticos y las conductas de mercado.

Se utilizará la técnica de la encuesta que según manifiesta Lamb, Hair, McDaniel (2011, p.302), en la investigación por encuestas “el investigador interactúa con las personas para obtener hechos, opiniones y actitudes”. Las encuestas a la población de Azogues como punto de potenciales consumidores a nivel local de los productos turísticos a ofertarse; y, de igual manera, se aplicará la encuesta a los turistas que llegan de las diversas provincias del país.

También se utilizará la investigación cualitativa por medio de un grupo focal, que de acuerdo a Kornblit (2008, p.77), “se trata de una técnica que propicia la exploración de un tema a partir de la interacción de los

participantes”. Por medio de esta técnica se pretende conocer la percepción de los turistas en temas puntuales de la realidad de Biblián, y también encontrar nuevas ideas para las campañas promocionales a ser desarrolladas. Para el grupo focal serán invitadas seis personas que forman parte de la población de Azogues tomando en cuenta los grupos de interés ya especificados del proyecto.

3.3 HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN

Una de las herramientas a ser utilizadas es el cuestionario, el mismo que fue diseñado para las dos poblaciones a ser encuestada. Ambos cuestionarios tienen similitudes, sin embargo, en la encuesta dirigida a los turistas que llegan al Santuario de la Virgen del Rocío, existen unas variantes en relación a la encuesta diseñada para los turistas locales provenientes del cantón Azogues.

A continuación se muestran los dos tipos de encuestas a ser aplicadas:

ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE AZOGUES

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

La presente encuesta tiene como propósito conocer el perfil y el comportamiento turístico de los visitantes frecuentes del Cantón Biblián y servirá de base para una tesis de estudios superiores. Gracias por su colaboración.

Marque su respuesta con una (X). Sólo una respuesta por pregunta.

1. ¿Ha visitado Biblián?

- Si
- No

2. ¿Con qué frecuencia visita Biblián?

- 1-2 veces por semana
- 3-4 veces por semana.....

- 5-7 veces por semana.....

3. ¿Cuál es el motivo más frecuente de su visita a Biblián?

- Diversión
- Compras
- Estudios/trabajo
- Visita a familiares o amigos.....
- Festividades religiosas
- Visita a lugares turísticos

4. ¿Con quién suele ir a Biblián?

- Familia
- Amigos
- Pareja.....
- Solo.....

5. ¿Cuáles de los lugares turísticos ha visitado con mayor frecuencia en Biblián?

- Santuario de la Virgen del Rocío.....
- Obelisco de la Batalla de Verdoloma
- Parques lineales del Burgay y Nazón
- Bosque protector de Pachaloma
- Los pajonales del Padre Rumi
- Laguna de Tushin
- Otros

6. ¿Piensa usted que los atractivos turísticos de Biblián están adecuadamente difundidos?

- Si.....
- No

7. **¿Qué tipo de atractivo turístico le gustaría más encontrar en Biblián? Seleccione una opción.**

- Turismo recreacional.....
- Turismo cultural
- Turismo religioso.....
- Turismo comercial
- Turismo de aventura
- Turismo rural/comunitario
- Ecoturismo

8. **¿Cómo suele informarse sobre actividades turísticas del sector?**

- Televisión.....
- Radio
- Internet.....
- Prensa escrita

ENCUESTA A LOS TURISTAS QUE VISTAN EL SANTUARIO DE LA VIRGEN DEL ROCÍO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**

La presente encuesta tiene como propósito conocer el perfil y el comportamiento turístico de los turistas que llegan a Biblián y servirá de base para una tesis de estudios superiores. Gracias por su colaboración.

Marque su respuesta con una (X). Sólo una respuesta por pregunta.

1. **¿De qué ciudad proviene usted?**

- Biblián
- Otra ciudad dentro de la Provincia del Cañar.....
- Ciudad fuera de la Provincia del Cañar
- Fuera del país.....

2. **¿Con qué frecuencia visita Biblián?**

- 1-2 veces por semana
- 3-4 veces por semana.....
- 5-7 veces por semana.....

3. ¿Cuál es el motivo más frecuente de su visita a Biblián?

- Diversión
- Compras
- Estudios/trabajo
- Visita a familiares o amigos.....
- Festividades religiosas.....
- Visita a lugares turísticos

4. ¿Con quién suele ir a Biblián?

- Familia
- Amigos.....
- Pareja.....
- Solo.....

5. ¿Cuántos días se hospeda en Biblián?

- 1 día
- 2 días
- 3 días
- Más de tres días.....
- No se hospeda en Biblián

6. ¿Cuánto aproximadamente gasta en su visita a Biblián?

- De \$25-\$50
- De \$51-\$100
- De \$101-\$200
- Más de \$200

7. ¿Cuáles de los lugares turísticos ha visitado con mayor frecuencia en Biblián?

- Santuario de la Virgen del Rocío.....
- Obelisco de la Batalla de Verdeloma
- Parques lineales del Burgay y Nazón
- Bosque protector de Pachaloma
- Los pajonales del Padre Rumi
- Laguna de Tushin
- Otros

8. ¿Piensa usted que los atractivos turísticos de Biblián están adecuadamente difundidos?

- Si.....
- No

9. ¿Qué tipo de atractivo turístico le gustaría más encontrar en Biblián? Seleccione una opción.

- Turismo recreacional.....
- Turismo cultural
- Turismo religioso.....
- Turismo comercial
- Turismo de aventura
- Turismo rural/comunitario
- Ecoturismo

10. ¿Cómo suele informarse sobre actividades turísticas?

- Televisión.....
- Radio
- Internet.....
- Prensa escrita

El cuestionario a ser realizado en el grupo focal es el siguiente:

- ¿Cuál es el motivo principal de sus visitas a Biblián?
- ¿Conoce usted con qué nombre también es denominado el cantón Biblián?
- ¿Considera usted que el color verde es el que debería representar al cantón?
- ¿Percibe usted a Biblián como un destino turístico en potencia?
¿Por qué?
- ¿Cuál es, a su criterio, el mayor referente turístico de Biblián y por qué?
- ¿Qué piensa usted del desarrollo del Cantón Biblián en cuanto al turismo?
- Cuando se hace referencia a la Municipalidad de Biblián, ¿qué idea tiene usted de las gestiones que esta institución realiza en cuanto al desarrollo turístico?
- ¿Sabía usted que el Municipio cuenta ya con una unidad de desarrollo turístico?
- ¿Cómo percibe usted la difusión que las instituciones realizan de los atractivos turísticos del cantón Biblián?
- ¿Cómo quisiera usted ver desarrollado a Biblián en cuanto al turismo?

3.4 DEFINICIÓN MUESTRAL

Para el cálculo de la muestra de la primera población se utilizará un muestreo probabilístico al azar y se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\delta^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N - 1) + \delta^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

δ = sigma (nivel de confianza) = 1.96 ya que se busca que los resultados tengan el 95% de validez

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

N = universo o tamaño de la población = 11.609 habitantes

E = error de estimación = 5%

Entonces:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(11.609)}{(0,05)^2(11.609 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(11.609)}{(0,0025)(11.608) + (3,8416)(0,25)}$$

n= 372 personas

Para la determinación de la muestra de la segunda población se utilizará, de igual manera, un muestreo probabilístico al azar. Entonces, para el cálculo de la muestra de las personas a ser encuestadas en el Santuario de la Virgen del Rocío, se utiliza la fórmula:

$$n = \frac{\delta^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + \delta^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

δ = sigma (nivel de confianza) = 1.96 ya que se busca que los resultados tengan el 95% de validez

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

N = universo o tamaño de la población = 7650 personas

E = error de estimación = 5%

Entonces:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(7650)}{(0,05)^2(7650-1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(7650)}{(0,0025)(7649) + (3,8416)(0,25)}$$

n= 365 personas

Por otro lado, el grupo focal será realizado con 6 personas elegidas de los grupos de interés de la población del presente proyecto.

3.5 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.5.1 Resultados obtenidos por encuesta a la población de Azogues

Pregunta 1

TABLA 12. Visitas a Biblián. Población de Azogues

| 1. ¿Ha visitado Biblián? | | |
|--------------------------|------------|-------------|
| Alternativas | fa | fr |
| Si | 360 | 97% |
| No | 12 | 3% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

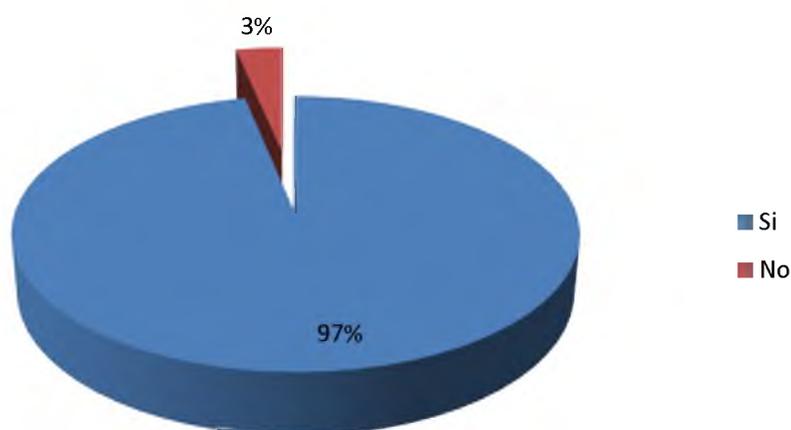


Gráfico 14. Visitas a Biblián. Población de Azogues

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: La mayoría de los encuestados en el Cantón Azogues han visitado el Cantón Biblián. La cercanía de las dos localidades permite este acercamiento masivo.

Pregunta 2

TABLA 13. Frecuencias de las visitas a Biblián. Población Azogues

2. ¿Con qué frecuencia visita Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|----------------------|------------|-------------|
| 1-2 veces por semana | 336 | 90% |
| 3-4 veces por semana | 24 | 6% |
| 5-7 veces por semana | 12 | 3% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

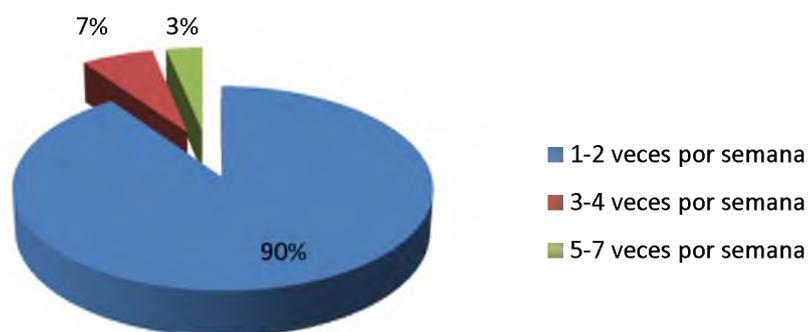


Gráfico 15. Frecuencia de las visitas a Biblián. Población de Azogues

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El 90% de los encuestados de la población cerca de Azogues suelen ir a Biblián entre 1-2 veces por semana.

Pregunta 3

TABLA 14. Motivos principales de las visitas a Biblián. Población de Azogues

3. ¿Cuál es el motivo más frecuente de su visita a Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|------------------------------|------------|-------------|
| Diversión | 24 | 6% |
| Compras | 12 | 3% |
| Estudios/trabajo | 62 | 17% |
| Visita a familiares o amigos | 96 | 26% |
| Festividades religiosas | 120 | 32% |
| Visita a lugares turísticos | 58 | 16% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

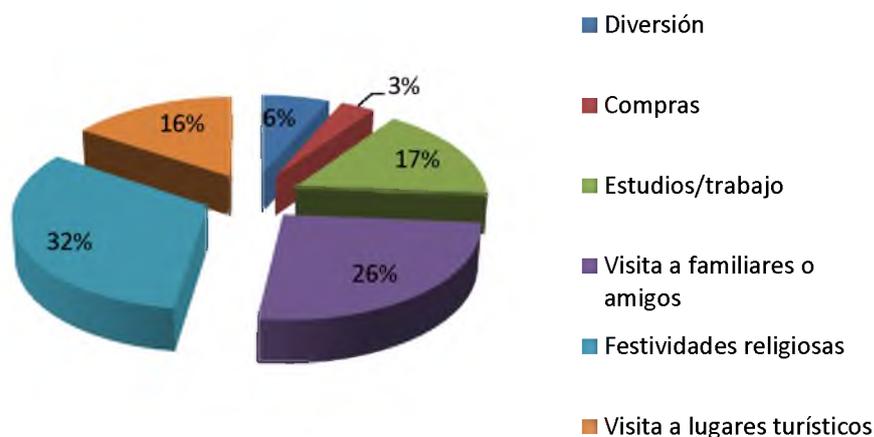


Gráfico 16. Motivos principales de las visitas a Biblián. Población de Azogues

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: Las festividades religiosas y la visita a amigos y familiares, 32% y 26% respectivamente, son los dos motivos más frecuentes de visita de los pobladores de Azogues al Cantón Biblián. En tercer lugar con 17% se encuentran las personas que estudian o trabajan en Biblián y en cuarto lugar con el 16% las personas que acuden al cantón por visitar lugares turísticos.

Pregunta 4

TABLA 15. Principal compañía para visitar Biblián. Población Azogues

4. ¿Con quién suele ir a Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|--------------|------------|-------------|
| Familia | 182 | 49% |
| Amigos | 78 | 21% |
| Pareja | 9 | 2% |
| Solo | 103 | 28% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

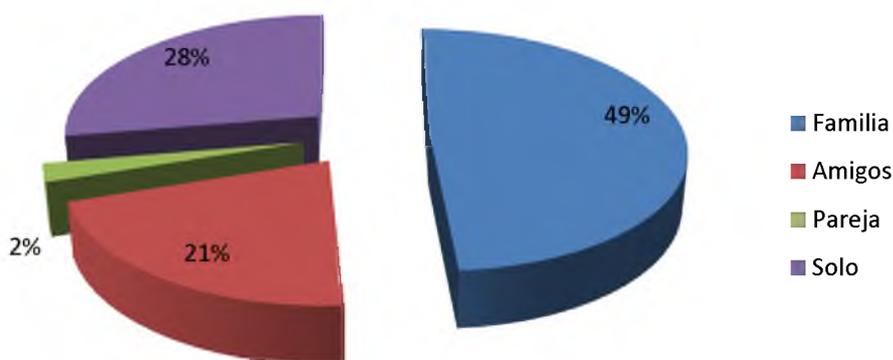


Gráfico 17. Principal compañía para visitar Biblián. Población Azogues

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El 49% de los encuestados acuden al cantón Biblián con sus familiares. En segundo lugar se encuentran aquellas personas que viajan solas en un 28%. En tercer lugar con el 21% se encuentran aquellas personas que viajan con amigos. El paseo familiar predomina en la localidad encuestada.

Pregunta 5

TABLA 16. Lugares turísticos más visitados de Biblián. Población de Azogues
5. ¿Cuáles de los siguientes lugares turísticos ha visitado con mayor frecuencia en Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Santuario de la Virgen del Rocío | 221 | 59% |
| Obelisco de la Batalla de Verdeloma | 27 | 7% |
| Parques lineales del Burgay y Nazón | 62 | 17% |
| Bosque protector de Pachaloma | 0 | 0% |
| Los pajonales del Padre Rumi | 0 | 0% |
| Laguna de Tushín | 18 | 5% |
| Otros | 44 | 12% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

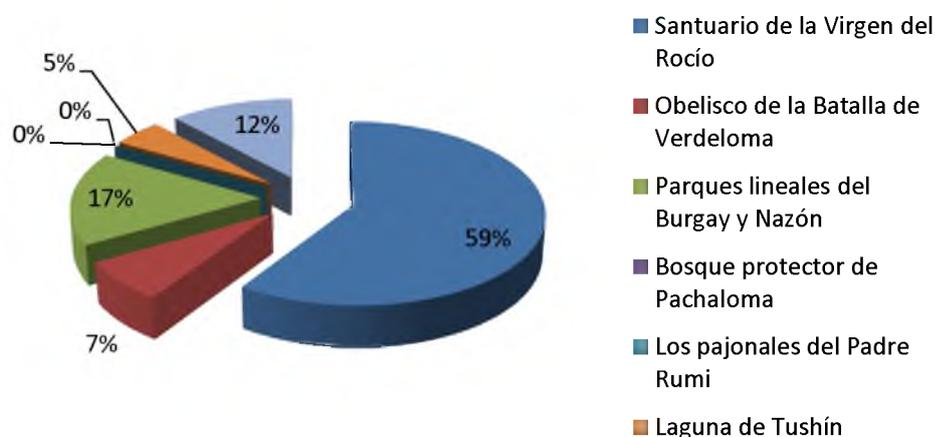


Gráfico 18. Lugares turísticos más visitados de Biblián. Población de Azogues

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El lugar turístico más visitado en Biblián por la población azogueña es el Santuario de la Virgen del Rocío con un 59%. En segundo lugar se encuentran los parques lineales del Burgay y Nazón. El Bosque protector de Papaloma y los Pajonales del Padre Rumi son lugares prácticamente no visitados.

Pregunta 6

TABLA 17. Opinión sobre la difusión de los atractivos turísticos. Población Azogues

6. ¿Piensa usted que los atractivos turísticos de Biblián están adecuadamente difundidos?

| Alternativas | fa | fr |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 36 | 10% |
| No | 336 | 90% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

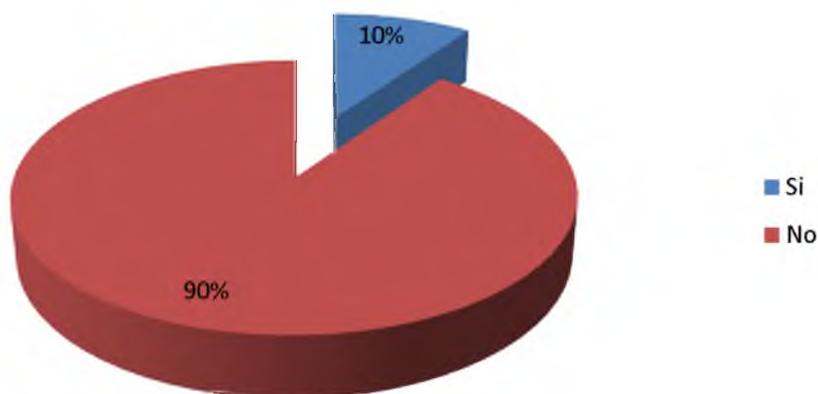


Gráfico 19. Opinión sobre la difusión de atractivos turísticos. Población Azogues.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: Un gran porcentaje 90% de la población encuestada en Azogues asevera que los atractivos de Biblián no están adecuadamente difundidos.

Pregunta 7

TABLA 18. Preferencias de atractivos turísticos. Población de Azogues

7. ¿Qué tipo de atractivo turístico le gustaría más encontrar en Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|---------------------------|------------|-------------|
| Turismo recreacional | 60 | 16% |
| Turismo cultural | 44 | 12% |
| Turismo religioso | 38 | 10% |
| Turismo comercial | 27 | 7% |
| Turismo de aventura | 77 | 21% |
| Turismo rural/comunitario | 66 | 18% |
| Turismo ecológico | 60 | 16% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

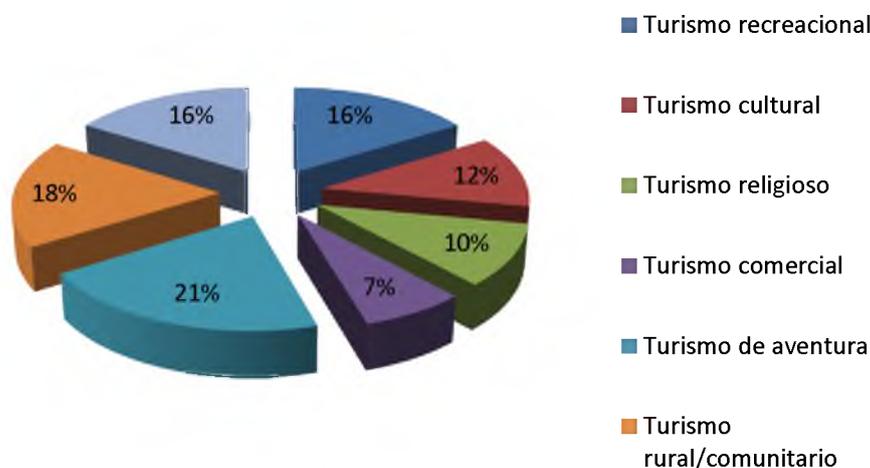


Gráfico 20. Preferencias de atractivos turísticos. Población de Azogues.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El turismo de aventura fue el tipo de turismo más votado por la población encuestada, con un 21%. En segundo lugar con 16% se encuentra el turismo rural/comunitario. Con un 16% el turismo recreacional y el turismo ecológico se ubican en el tercer lugar de las preferencias turísticas de la población azogueña.

Pregunta 8

TABLA 19. Medios de información predilectos. Población Azogues

8. ¿Cómo suele informarse sobre actividades turísticas del sector?

| Alternativas | fa | fr |
|----------------|------------|-------------|
| Televisión | 86 | 23% |
| Radio | 76 | 20% |
| Internet | 96 | 26% |
| Prensa escrita | 114 | 31% |
| Total | 372 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a la población de Azogues

Elaborado por: el autor

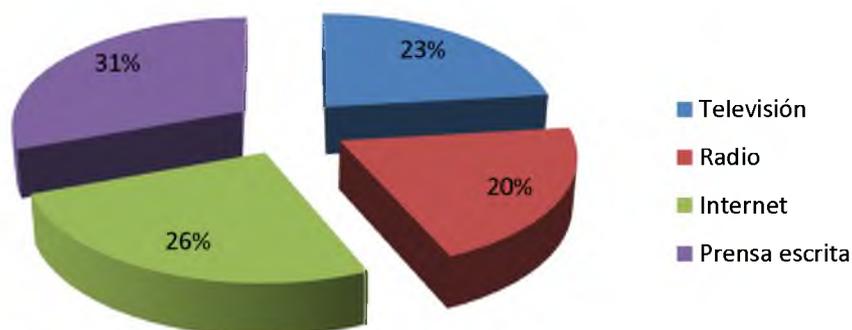


Gráfico 21. Medios de información predilectos. Población Azogues

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: La prensa escrita es el medio que más utiliza la población de Azogues (31%) para informarse sobre las actividades turísticas del sector. En segundo lugar se tiene el Internet con 26%.

3.5.2 Resultados obtenidos por encuesta a los turistas que visitan el Santuario de la Virgen del Rocío.

Pregunta 1

TABLA 20. Ciudad de origen. Turistas de Biblián.

1. ¿De qué ciudad proviene usted?

| Alternativas | fa | fr |
|--|------------|-------------|
| Biblián | 24 | 7% |
| Otra ciudad dentro de la Provincia del Cañar | 259 | 71% |
| Ciudad fuera de la Provincia del Cañar | 82 | 22% |
| Fuera del país | 0 | 0% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

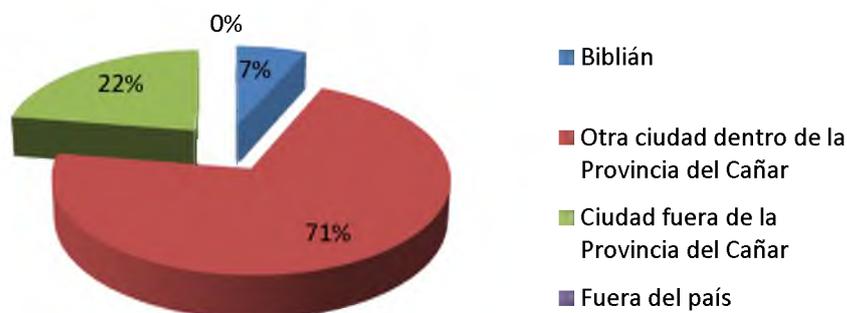


Gráfico 22. Ciudad de origen. Turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: De las personas encuestadas en el Santuario de la Virgen del Cisne por ser el mayor referente turístico de Biblián, el 71% provenía de alguna ciudad dentro de la provincia del Cañar. Un 22% de otra provincia. El turismo local es el más concurrido en Biblián.

Pregunta 2

TABLA 21. Frecuencia de visitas a Biblián. Turistas de Biblián

2. ¿Con qué frecuencia visita Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|----------------------|------------|-------------|
| 1-2 veces por semana | 329 | 90% |
| 3-4 veces por semana | 24 | 7% |
| 5-7 veces por semana | 12 | 3% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Realizado por: el autor

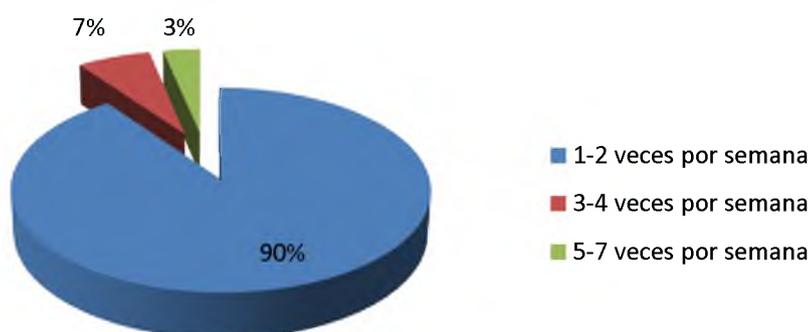


Gráfico 23. Frecuencias de visitas a Biblián. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El 90% de los turistas encuestados visitan Biblián entre 1 y 2 veces por semana.

Pregunta 3

TABLA 22. Motivos de visitas a Biblián. Turistas de Biblián.

3. ¿Cuál es el motivo más frecuente de su visita a Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|------------------------------|------------|-------------|
| Diversión | 27 | 7% |
| Compras | 27 | 7% |
| Estudios/trabajo | 55 | 15% |
| Visita a familiares o amigos | 100 | 27% |
| Festividades religiosas | 110 | 30% |
| Visita a lugares turísticos | 46 | 13% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

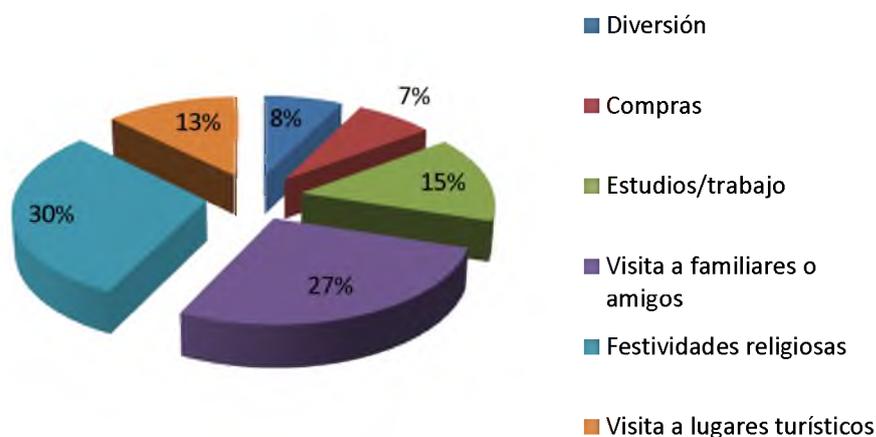


Gráfico 24. Motivos de visitas a Biblián. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: Las festividades religiosas son las actividades que lidera entre los motivos que promueven la visita a Biblián con un 30%. En segundo lugar se encuentra la visita a familiares y amigos con un 27%. En tercer lugar un 15% acuden a Biblián por estudios o trabajo. El turismo religioso predomina.

Pregunta 4

TABLA 23. Preferencia de compañía para visitar Biblián. Turistas de Biblián

4. ¿Con quién suele ir a Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|--------------|------------|-------------|
| Familia | 221 | 61% |
| Amigos | 58 | 16% |
| Pareja | 10 | 3% |
| Solo | 76 | 21% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

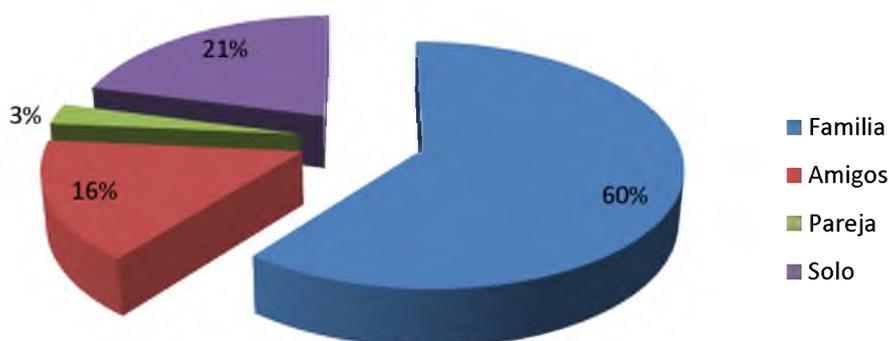


Gráfico 25. Preferencia de compañía para visitar Biblián. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El 60% de los turistas encuestados acuden a visitar el Cantón con su familia. El 21% acude solo. El 16% con amigos. Predominan los paseos familiares.

Pregunta 5

TABLA 24. Días de hospedaje en Biblián. Turistas de Biblián.

5. ¿Cuántos días se hospeda en Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|--------------------------|------------|-------------|
| 1 día | 110 | 30% |
| 2 días | 37 | 10% |
| 3 días | 24 | 7% |
| Más de tres días | 36 | 10% |
| No se hospeda en Biblián | 158 | 43% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

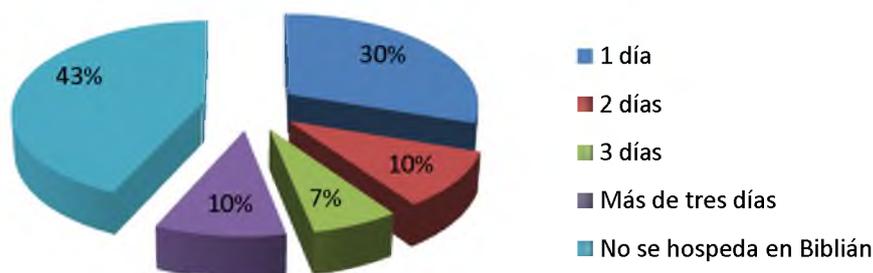


Gráfico 26. Días de hospedaje en Biblián. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El 43% de los turistas no se hospedan en Biblián. El 30% se aloja en el cantón por 1 día. Cabe recalcar que la infraestructura para alojamiento es casi nula y que las personas que se hospedan en la localidad no necesariamente acuden a un hotel sino que podrían buscar la casa de familiares o amigos para este fin.

Pregunta 6

TABLA 25. Promedio de gastos en las visitas a Biblián. Turistas de Biblián.

6. ¿Cuánto aproximadamente gasta en su visita a Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|----------------|------------|-------------|
| De \$25-\$50 | 243 | 67% |
| De \$51-\$100 | 110 | 30% |
| De \$101-\$200 | 0 | 0% |
| Más de \$200 | 12 | 3% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

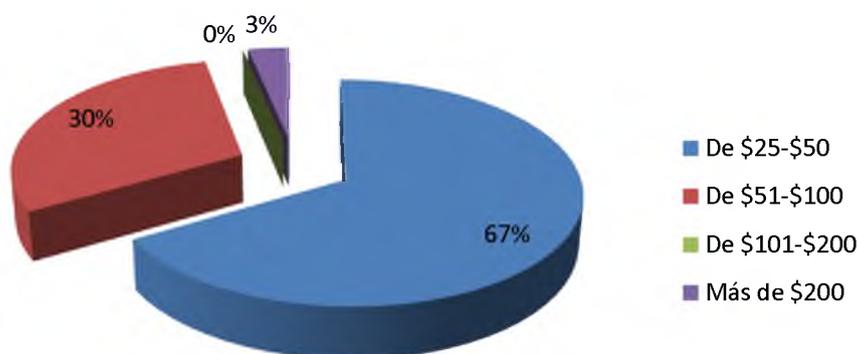


Gráfico 27. Porcentaje de gasto en las visitas a Biblián. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El 67% de los turistas gasta un promedio de 25-50 dólares en su visita a Biblián. Un 30% de 51-100 dólares. Tan solo un 3% gasta más de 200 dólares americanos.

Pregunta 7

TABLA 26. Lugares turísticos más visitados. Turistas de Biblián

7. Cuáles de los siguientes lugares turísticos ha visitado con mayor frecuencia en Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Santuario de la Virgen del Rocío | 250 | 68% |
| Obelisco de la Batalla de Verdeloma | 0 | 0% |
| Parques lineales del Burgay y Nazón | 86 | 24% |
| Bosque protector de Pachaloma | 0 | 0% |
| Los pajonales del Padre Rumi | 0 | 0% |
| Laguna de Tushín | 10 | 3% |
| Otros | 19 | 5% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

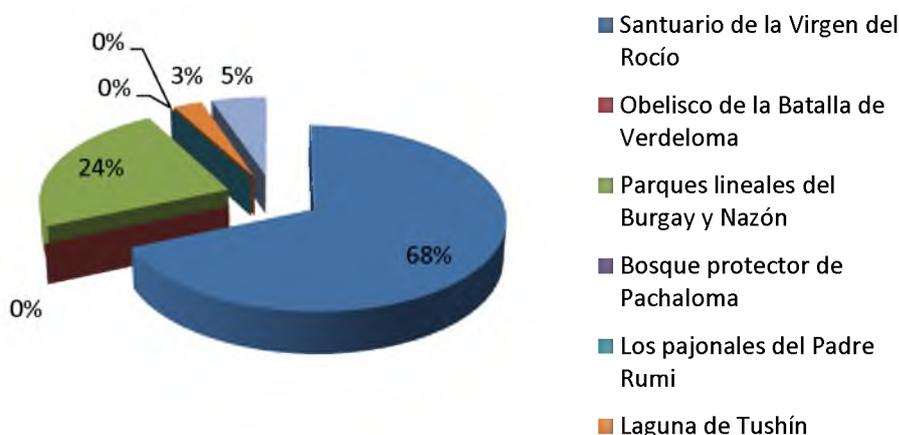


Gráfico 28. Lugares turísticos más visitados. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El Santuario de la Virgen del Rocío es el lugar más visitado por los turistas con un 68%. En segundo lugar con un 24% se encuentran los parques lineales del Burgay y Nazón. Mientras que los demás destinos no obtuvieron porcentajes significativos.

Pregunta 8

TABLA 27. Opinión sobre la difusión de atractivos en Biblián. Turistas de Biblián

8. ¿Piensa usted que los atractivos turísticos de Biblián están adecuadamente difundidos?

| Alternativas | fa | fr |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 73 | 20% |
| No | 292 | 80% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

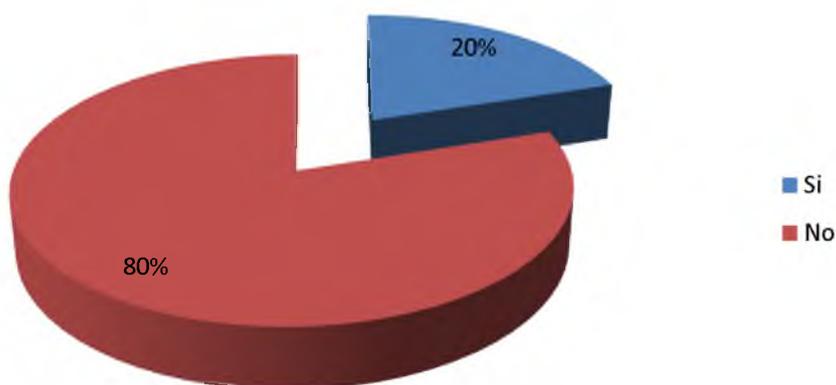


Gráfico 29. Opinión sobre difusión de atractivos de Biblián. Turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: Un importante porcentaje del 80% piensa que los atractivos turísticos de Biblián no están adecuadamente difundidos.

Pregunta 9

TABLA 28. Preferencia de atractivos turísticos. Turistas de Biblián.

9. ¿Qué tipo de atractivo turístico le gustaría más encontrar en Biblián?

| Alternativas | fa | fr |
|---------------------------|------------|-------------|
| Turismo recreacional | 88 | 24% |
| Turismo cultural | 50 | 14% |
| Turismo religioso | 57 | 16% |
| Turismo comercial | 25 | 7% |
| Turismo de aventura | 50 | 14% |
| Turismo rural/comunitario | 31 | 8% |
| Turismo ecológico | 64 | 18% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

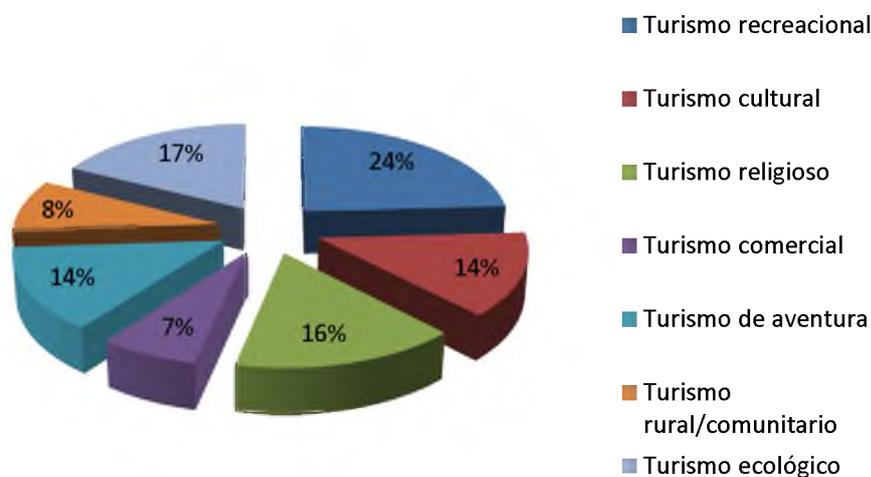


Gráfico 30. Preferencias de atractivos turísticos. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El turismo recreacional es el tipo de turismo que más esperan encontrar los visitantes de Biblián con un 24%, seguido del turismo ecológico y el turismo religioso.

Pregunta 10

TABLA 29. Medios predilectos de información. Turistas Biblián.

10. ¿Cómo suele informarse sobre actividades turísticas del sector?

| Alternativas | fa | fr |
|---------------------|------------|-------------|
| Televisión | 85 | 23% |
| Radio | 59 | 16% |
| Internet | 128 | 35% |
| Prensa escrita | 93 | 25% |
| Total | 365 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a los turistas de Biblián

Elaborado por: el autor

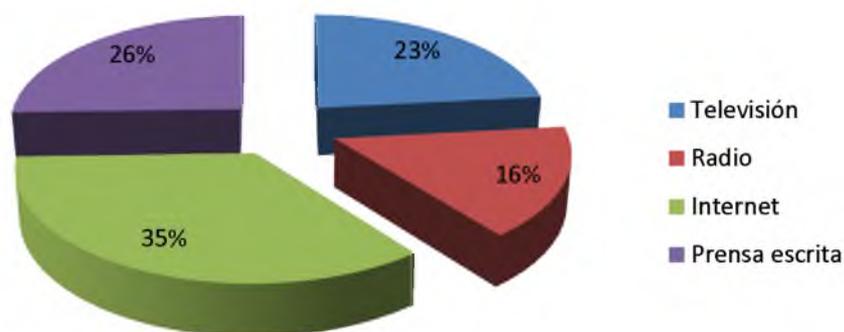


Gráfico 31. Preferencias en medios de información. Turistas de Biblián.

Elaborado por: el autor

Análisis e interpretación: El principal medio de difusión de turismo es el Internet, seguido de la prensa escrita y la televisión.

3.5.3 Resultados obtenidos en el grupo focal

En el grupo focal se pudo analizar que el principal motivo de viaje de los turistas locales es visitar a familiares y amigos en el cantón, visitar las playas de Nazón y el Santuario de la Virgen de la Nube. De igual manera, los participantes del grupo focal conocen que el cantón Biblián es denominado el “cantón verde del austro” y consideran que es precisamente este color el que debe representar a la provincia, no sólo por la denominación que se le atribuye sino por todas las áreas verdes y bosques protectores que hay en la zona.

El 100% del grupo focal percibe a Biblián como un destino turístico en potencia considerando todos los atractivos que posee, aunque muchos se mostraron inconformes con la administración de los recursos existentes lo cual no permite el desarrollo turístico apropiado.

Los participantes del grupo focal consideran que el mayor referente turístico del cantón es el Santuario de la Virgen del Rocío, y lo consideran el ícono que más representa a Biblián. También piensan que el desarrollo turístico de Biblián puede llegar a ser grande siempre y cuando las autoridades y los gobiernos seccionales estén comprometidos con esta causa.

La percepción que tienen los participantes acerca de la Municipalidad de Biblián y las gestiones que realiza en cuanto al turismo, es de optimismo acerca de la gestión ya que si bien es cierto que hasta ahora no se ha desarrollado el sector turístico en el cantón, las potencialidades y atractivos turísticos son evidentes y pueden ser difundidos de una manera adecuada. Los participantes no conocían sobre la unidad de turismo que ya existe en el Municipio.

En cuanto a la difusión de Biblián como destino turístico, los colaboradores del grupo focal piensan que ésta es nula y que debería ser implementada de una manera técnica y desarrollada por profesionales en el área de mercadeo para que ésta se encauce de una manera apropiada y que se logre posicionar al cantón como un destino turístico de calidad en la zona y en el país entero.

Finalmente, los participantes afirmaron que les gustaría ver a Biblián desarrollado en el área turística, específicamente en lo que respecta al turismo religioso, al turismo folclórico rescatando las fiestas de carnaval, y el turismo agroecológico, específicamente en aquellas comunidades que se dedican a la producción lechera.

3.6 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En la investigación pudo definirse que el turismo en el cantón Biblián es mayoritariamente local y principalmente proviene de la ciudad aledaña de Azogues. Los demás cantones de la provincia también aportan al turismo de la localidad en estudio con turistas cuya frecuencia de visita es de 1-2 veces por semana, y principalmente por el turismo religioso que, en el cantón, está representado por el Santuario de la Virgen del Rocío.

De la misma manera, se pudo descubrir que las visitas más frecuentes al cantón se realizan en grupos familiares, especialmente con motivos religiosos y recreacionales. Es importante recalcar que los demás atractivos turísticos de Biblián son prácticamente desconocidos incluso a nivel local.

Es evidente también que las visitas que llegan al cantón son programadas y específicas para dos lugares mayoritariamente, el Santuario y los parques lineales de los ríos, que por tradición religiosa y cultural son los lugares que mayor afluencia tiene de visitantes locales. Sin embargo, son pocas las personas que manifiestan visitar Biblián por motivos turísticos, lo

cual quiere decir que el cantón no se percibe en el mercado como un destino turístico sino que las visitas se deben más a la costumbre y a la tradición que reina en la localidad.

La investigación también permite deducir que la infraestructura turística es escasa dentro del cantón ya que la estancia de la mayoría de las personas y familias que llegan a Biblián es de un día solamente. Y gran parte de quienes permanecen más de un día en la localidad lo hacen hospedándose en casa de familiares y/o amigos. Estos resultados concuerdan con la investigación documental realizada en la que se describe a Biblián como un lugar donde la infraestructura hotelera y gastronómica es insuficiente. La presencia de un solo hotel y negocios pequeños de comida no permiten un mayor desarrollo turístico del cantón. Es por ello también que el gasto que realizan las personas dentro de la localidad es mínimo y fluctúa entre los \$25 - \$50 dólares por visita. Si se considera que la mayoría de las visitas al cantón son familiares, un promedio de gasto como el anteriormente mencionado es poco significativo para el crecimiento del turismo local.

Dentro del estudio se pudo apreciar que gran parte de los visitantes de Biblián manifiestan que el turismo de aventura, recreacional y ecológico son las clases de turismo que preferían ver desarrollados en esta zona. Es importante recalcar que Biblián cuenta con atractivos que potenciándolos pueden llegar a cumplir con las expectativas de sus visitantes aportando con más de un solo tipo de turismo por atractivo.

Por último, y en lo que respecta a la difusión, es significativo el número de personas que piensa que los atractivos de Biblián no están adecuadamente difundidos.

Es así como la investigación de mercado permitió obtener los datos necesarios para el desarrollo del Plan de Marketing Turístico a ser propuesto. Sus respectivas estrategias se muestran en el siguiente capítulo.

CAPITULO IV

PLAN DE MERCADEO

4.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO

4.1.1 Objetivo General

Definir estrategias de marketing y desarrollar productos turísticos que garanticen el desarrollo de un turismo sustentable, que le brinde servicios de calidad a los turistas, que genere desarrollo en las regiones receptoras y al mismo tiempo proteja los recursos para las generaciones futuras, respetando el medio ambiente, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

4.1.2 Objetivos específicos

- Posicionar la marca Cantón Biblián a nivel local, regional y nacional.
- Establecer el mercado meta y las estrategias a ser desarrolladas para el difundir a Biblián como destino turístico.
- Desarrollar una serie de productos a manera de rutas turísticas.
- Convertir a Biblián en un destino turístico atractivo y accesible a los turistas a nivel nacional.

4.2 MERCADO META

4.2.1 Macro segmentación

La macro segmentación permite conocer el grupo poblacional al que se va a satisfacer, el tipo de necesidad por ser satisfecha y la manera cómo se va a satisfacer la necesidad, como se muestra en la Figura 13:



Figura 13. Macro-segmentación del Cantón Biblián.

Elaborado por: el autor

4.2.2 Micro segmentación

La microsegmentación define los criterios de segmentación para las poblaciones a las que se quiere llegar con el proyecto:

| Segmentos | Criterios de segmentación | Turistas a nivel local | Turistas a nivel nacional |
|-------------|-----------------------------|--|--|
| Demográfico | Edad | 18-65 años | 18-65 años |
| | Género | Masculino y femenino | Masculino y femenino |
| | Nivel socioeconómico | medio bajo, medio típico y medio alto | medio bajo, medio típico y medio alto |
| | Ocupación | Empleado privado, empleado público, empleado cuenta propia | Empleado privado, empleado público, empleado cuenta propia |

| | | | |
|-----------------------------|----------------------------|---|---|
| Geográfico | Región | Provincia del Cañar | Principales ciudades del país: Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Loja |
| | Zona | Urbana y rural | Urbana |
| Psicográfico | Personalidad | Viajero | Viajero |
| | Estilo de vida | Busca recreación dentro de su lugar de origen | Busca recreación fuera de su lugar de origen |
| | Valores | Respeto el medio ambiente | Cuida la naturaleza |
| Conductual / comportamiento | Tasa de uso | Viaja por lo menos una vez al año | Viaja por lo menos una vez al año |
| | Beneficios deseados | Visitar lugares donde exista turismo religioso, recreacional, comunitario | Visitar lugares donde exista turismo religioso, recreacional, comunitario |

Figura 14. Micro-segmentación del Cantón Biblián.

Elaborado por: el autor

4.3 POSICIONAMIENTO

El Cantón Biblián es conocido como el cantón verde del austro, y se utilizará este color para la elaboración de la marca con la cual se busca posicionar a Biblián en el mercado turístico local y nacional.

De igual manera, se tomará en cuenta como parte primordial de la marca al Santuario de la Virgen del Rocío como principal referente turístico, ícono del cantón y de su historia.

La marca queda definida como se muestra en la Figura 15:



Figura 15. Marca Cantón Biblián

Elaborado por: el autor

4.3.1 Estrategia de posicionamiento

El Cantón Biblián, a través de sus 4 rutas turísticas, ofrece a los turistas locales y nacionales un destino turístico rico en diversidad, donde la historia, la tradición religiosa, las actividades recreativas y la biodiversidad priman para brindar al visitante una experiencia marcada por la multiplicidad de sus ambientes.

4.3.2 Posicionamiento publicitario

Biblián, paraíso verde. La diversidad a tu alcance.

4.4 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

4.4.1 Perfil de la demanda potencial. Habitantes de Azogues.

Se considera demanda potencial a aquellos visitantes frecuentes del Cantón por la cercanía que tienen a la localidad. La población del Cantón

Azogues es la que más concurre a Biblián, y el perfil encontrado, considerando que se tomó en cuenta a la población económicamente activa y por medio de la encuesta realizada es el siguiente:

Un gran porcentaje de la población de Azogues visita Biblián por lo menos 1-2 veces por semana. Los motivos más frecuentes de su visita al cantón son las festividades religiosas y la visita a familiares y amigos. Suelen viajar mayoritariamente con la familia. Los lugares que más visitan son el Santuario de la Virgen del Rocío y los parques lineales del Burgay y Nazón. No consideran adecuadamente difundidos los atractivos turísticos de Biblián. Prefieren el turismo de aventura y el turismo rural/comunitario como una alternativa para visitar Biblián. Se informan más por prensa escrita y por Internet.

4.4.2 Perfil de la demanda potencial. Turistas de Biblián

El turista que visita el mayor referente turístico del Cantón Biblián proviene en su gran mayoría de otra ciudad dentro de la provincia del Cañar. Visita el cantón por lo menos 1-2 veces por semana. Los motivos más frecuentes de sus visitas son las festividades religiosas. Viaja por lo general en compañía de la familia. No suele hospedarse en el Cantón o si lo hace su estadía es de 1 día. Gasta entre \$25 -\$50 dólares en el lugar. Visita mayoritariamente el Santuario de la Virgen del Rocío. No considera que los atractivos de Biblián estén adecuadamente difundidos. Preferiría encontrar turismo recreacional, turismo ecológico y turismo religioso. Suele informarse por Internet y prensa escrita.

Otro grupo de turistas de la provincia son los que se encuentran dentro del denominado “turismo de raíces” que son compatriotas que viven en otras ciudades o países y que vienen a visitar a sus familiares, este grupo no deja ingresos significativos para el sector turístico ya que obviamente se alojan en las casas de sus parientes.

4.4.3 Tipo de comportamiento al comprar

Dentro de los turistas potenciales del Cantón Biblián se pueden distinguir dos tipos de comportamientos al momento de decidir visitar un destino turístico:

| | Alto compromiso | Bajo compromiso |
|---|---|--|
| Diferencias significativas entre marcas | Conducta compleja de compras | Conducta de compra que busca la variación  |
| Pocas diferencias entre marcas | Conducta de compra que reduce la disonancia | Conducta de compra habitual  |

Figura 16. Comportamiento de compra de los turistas.

Elaborado por: el autor

El turista que viene de otras provincias se caracteriza por la búsqueda de variedad, lo cual no implica precisamente un alto compromiso del turista sino más bien se basa en las diferencias importantes de la marca. Por lo general, el turista nacional busca diversidad a la hora de elegir un lugar turístico para visitar. Para este tipo de turista se tratará de estimular la compra habitual mediante publicidad intensiva para que esta se posicione en la mente del turista en potencia.

El turista local se caracteriza por tener un tipo de compra habitual, es decir, para tomar la decisión de visitar el destino turístico se basan en la familiaridad que tienen con la marca, en este caso con el destino. El proceso de decisión de este tipo de turista implica la creencia de marca formada por aprendizaje pasivo. Se debe trabajar en convertir los productos de baja participación en productos de alta participación, vinculando los productos turísticos a un concepto de involucramiento.

4.5 ANÁLISIS DE POSICIÓN COMPETITIVA. MATRIZ DE MCKINSEY

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Matriz EFE (2,10) y en la Matriz EFI (2,29), el proyecto se encuentra en el área de desarrollo selectivo, es decir, tanto el atractivo como la competitividad es medio, en este caso, la estrategia debe estar enfocada en invertir selectivamente y especializarse en los mercados que estén estabilizados.

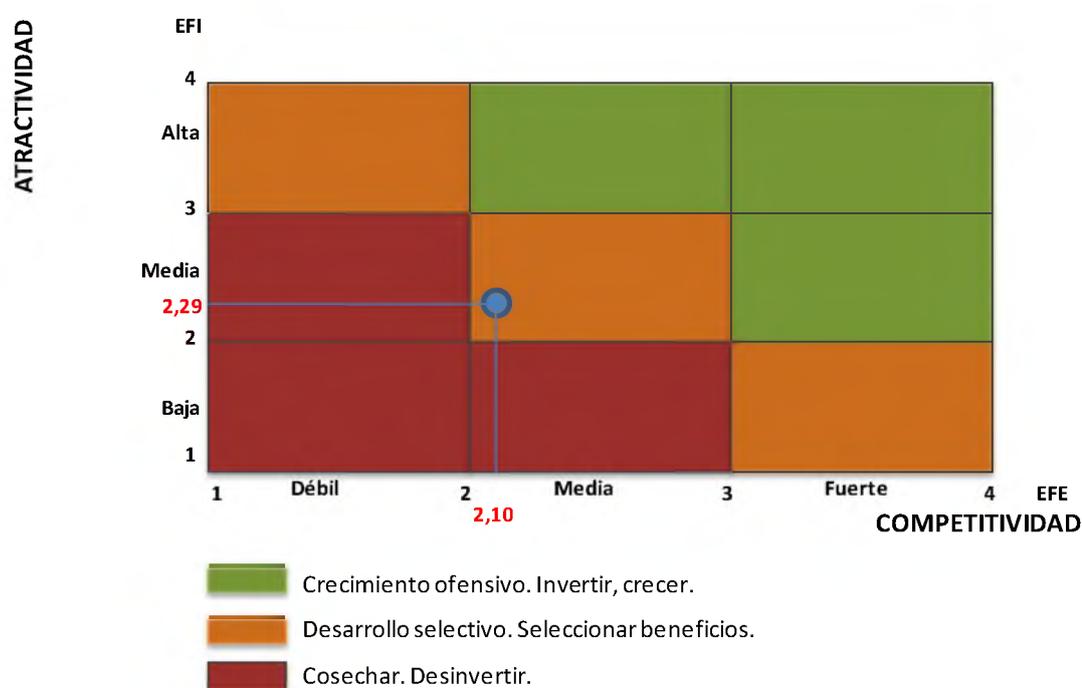


Figura 17. Matriz de McKinsey.

Elaborado por: el autor

La inversión selectiva se enfocará en las rutas a ser diseñadas en los atractivos que más potencial poseen y estará especializada en el mercado correspondiente a los turistas locales y a las principales ciudades del país.

4.6 ESTRATEGIAS

4.6.1 Estrategias básicas de desarrollo (Porter)

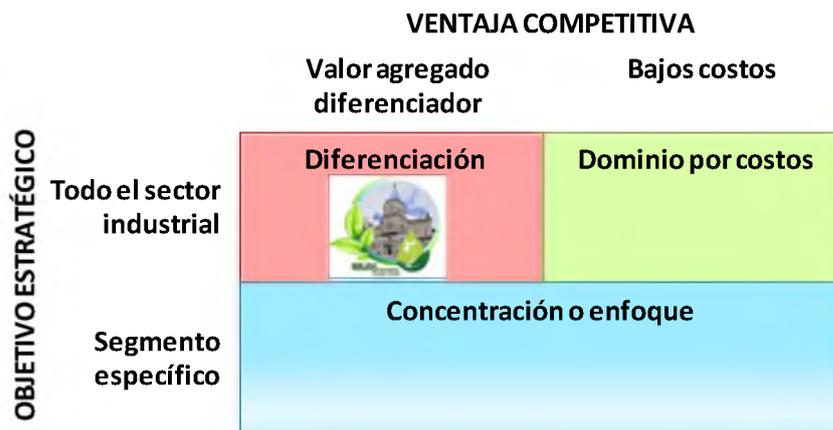


Figura 18. Estrategias básicas de desarrollo del Cantón Biblián.

Elaborado por: el autor

El Cantón Biblián está ubicado en la estrategia de DIFERENCIACIÓN, pues se trata de una marca y productos turísticos que están siendo desarrollados tomando en cuenta la diversidad existente en la zona.

4.6.2 Estrategias Competitivas

La estrategia competitiva a ser implementada con la Marca Cantón Biblián será la estrategia cooperativa o alianza con el objetivo de sumar esfuerzos con los demás destinos turísticos de la provincia y así competir en mejores condiciones.

Para ello se propondrán acuerdos de mercados conjuntos, consorcios, investigación conjunta, acuerdos especiales para acceso a tecnología, entre otras.

4.6.3 Corporativas genéricas (crecimiento)

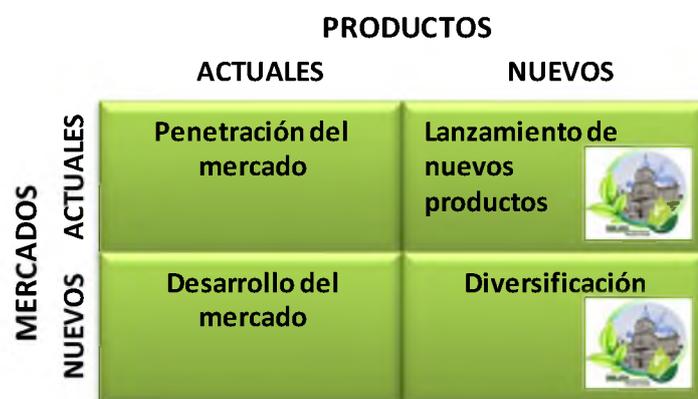


Figura 19. Estrategias corporativas de crecimiento del Cantón Biblián.

Elaborado por: el autor

El Cantón Biblián con sus productos turísticos, se encuadran en la categoría de Lanzamiento de nuevos productos, ya que se trata de productos nuevos en el mercado actual, es decir, en la misma localidad donde serán generados. Conjuntamente, aquellos nuevos productos turísticos a ser desarrollados, serán lanzados también a nuevos mercados, es decir, otras ciudades del país, por lo cual, también se hace referencia a las estrategias de diversificación.

4.7 ESTRATEGIAS MARKETING MIX

4.7.1 Productos turísticos

Entre las estrategias a ser planteadas dentro del Plan de Marketing está principalmente el diseño de productos turísticos articulando la participación conjunta no sólo de las entidades encargadas del turismo, sino de los prestadores de servicios de hospedaría, alimentación, transporte y la localidad en general para que sean capacitados lograr potenciar los recursos que tiene el cantón.

Considerando que las poblaciones analizadas coincidieron en que el Santuario de la Virgen del Rocío y los parques lineales del Burgay y Nazón son los lugares más frecuentados; que entre los tipos de turismo más esperados están el recreacional, el religioso, el de aventura, el ecológico y el rural/comunitario, se propone la creación de los siguientes productos turísticos:

4.7.1.1 Ruta Tushín-Papaloma “Diversión en libertad”



Figura 20. Logotipo de la Ruta Tushín-Papaloma

Elaborado por: el autor

Descripción del producto: El sector de Tushín-Papaloma posee una gran riqueza natural y paisajística digna de ser admirada y preservada. El recorrido consta de 20 kilómetros comenzando desde la laguna de Tushín hasta el Bosque de Papaloma.

En esta ruta destaca el turismo bioecológico, turismo de montaña, turismo de caminata, turismo al aire libre.

Entre las actividades que se pueden realizar en la ruta se encuentran:

- Avistamiento de la belleza de la laguna de Tushín.
- Visita a las florícolas del Burgay.

- Ciclismo de montaña
- Canopi
- Observación de flora y fauna
- Senderismo y caminata hacia el bosque protector Papaloma.
- Camping
- Fotografía.

4.7.1.2 Ruta de las Iglesias “Tradición y fe”



Figura 21. Logotipo de Ruta de las Iglesias

Elaborado por: el autor

Descripción del producto: La ruta de las iglesias es un recorrido de aproximadamente 15 Kilómetros en el cual se visitan las 5 Iglesias existentes en el Cantón: El Santuario de la Virgen del Rocío, la Iglesia de Sageo, la Iglesia de Turupamba, la Iglesia de Nazón y la Iglesia de Jerusalén.

La ruta está provista de casas pintorescas en donde se pueden encontrar varias tiendas de productos artesanales como: bordados de polleras, talleres de sombreros de paño, talleres de cestería, etc.

4.7.1.3 Ruta del Burgay “Diversión en familia”



Figura 22. Logotipo de Ruta del Burgay

Elaborado por: el autor

Descripción del producto: Los parques lineales del Burgay son espacios recreativos creados a lo largo del Río Burgay en su recorrido por el Cantón Biblián. Las playas de Nazón y las playas de Fátima son los balnearios más reconocidos especialmente en las festividades de carnaval. En estas playas se realiza el turismo de tipo recreacional, familiar y folclórico ya que se destaca la celebración del carnaval. El principal atractivo es la ribera del río Burgay, donde los visitantes pueden realizar distintas actividades al aire libre, observación de la naturaleza, entre otras.

4.7.1.4 Ruta de la leche “Una exquisita forma de conocernos”



Figura 23. Logotipo de Ruta de la leche

Elaborado por: el autor

Descripción del proyecto: El Cantón Biblián posee una larga tradición en la producción de leche y sus derivados, esta producción se la realiza especialmente en la zona rural con un escenario rico en paisaje, en donde la cotidiana vida de sus pobladores conserva aún tradiciones y costumbres propias del lugar; todo esto hace que se convierta en un gran potencial turístico.

Esta ruta busca desarrollar un turismo rural vivencial en donde el turista, a más de convivir con los pobladores del sector, compartiendo sus costumbres mediante el hospedaje en las casas de familias o alojamientos comunitarios del sitio, pueda también observar las diferentes actividades que se desarrollan principalmente en este sector de Biblián. La producción lechera, desde la crianza de los animales hasta el producto final (leche, quesos, yogurt, manjar, etc) listo para el consumo serían actividades en donde el turista pueda participar respetuosamente.

4.7.2 Precio

El GAD Municipal del Cantón Biblián es una institución de carácter público, por lo tanto, al ser la entidad encargada de la difusión de la marca Biblián y sus respectivas rutas turísticas, no vende los paquetes turísticos sino que actúa como intermediario entre los recursos y atractivos turísticos existentes en la zona y las empresas generadoras de servicios turísticos, tales como agencias de viajes y operadoras de turismo.

4.7.3 Plaza

De acuerdo a la investigación de mercado y considerando que mayoritariamente las personas que visitan Biblián pertenecen a las ciudades cercanas dentro de la provincia del Cañar, los productos turísticos deben ser ofertados en plazas que permitan captar clientes del mercado a nivel local y nacional.

Para captar el mercado a nivel provincial se sugiere ofertar los productos en los diferentes cantones de la provincia del Cañar:

- Azogues
- Cañar
- El Tambo
- Suscal
- Déleg
- La Troncal

Por captar el mercado interno se sugiere ofertar los productos turísticos en las principales ciudades del país ya que son las que más turistas emiten a nivel nacional:

- Quito
- Guayaquil
- Cuenca
- Riobamba
- Ambato
- Loja

Para poder llegar al turista es necesario establecer los canales de ventas que permitan una mayor cobertura hacia el público objetivo ya especificado, como se muestra a continuación:

Intermediarios:

Los intermediarios serían las agencias de viajes y las operadoras de turismo a quienes se les presentaría el producto y con las que se elaboraría un acuerdo económico y se crearían alianzas estratégicas con el objetivo de

que ambas partes se vean beneficiadas con la oferta turística del Cantón. Se le entregaría material promocional.

4.7.4 Promoción

El objetivo principal de promocionar la marca turística del Cantón Biblián y sus principales atractivos es incrementar el número de turistas a nivel cantonal y aumentar los ingresos turísticos y de generación de empleo.

Es indispensable que antes de que se inicien las acciones previstas se logre un adecuado nivel de apropiación por parte de la ciudadanía. Con ese propósito es preciso formular una estrategia de promoción del Plan que contemple las actividades, responsabilidades y recursos que deben destinarse para su puesta en marcha. Esta estrategia deberá contemplar, entre otros aspectos, material de difusión que permita transmitir a la globalidad de la población, los objetivos, tácticas y políticas de funcionamiento a ser instaurados para así fomentar su plena identificación con el Plan.

A continuación se muestran las estrategias de promoción de los atractivos turísticos del cantón Biblián en la Figura 24:

| POSICIONAMIENTO E IMAGEN | TÁCTICA | OBJETIVO | POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO | TARGET |
|-------------------------------|---|--|---|---|
| PUBLICIDAD VÍA WEB | Creación de un portal Web del cantón y sus productos turísticos | Lograr Mercadeo y promoción del Cantón Biblián | Enlaces con la página web del MITUR. Reservaciones de paquetes turísticos vía web. | Población a nivel provincial y nacional |

| | | | | |
|---------------------------------------|--|--|---|---|
| PRESENCIA EN FERIAS TURÍSTICAS | Participación en ferias turísticas tanto provinciales como nacionales | Difundir los atractivos por el mayor número de vías posibles | Alquilar stands dentro de las ferias para dar información. | Población a nivel provincial y nacional |
| FAM PRESS | Organización de viajes de familiarización tanto a la prensa como a operadores de turismo. | Promocionar al cantón Biblián de una manera genuina y honesta | Invitaciones a la prensa y a los operadores de turismo para el recorrido. | Población a nivel provincial y nacional |
| AGENDA DE ACTIVIDADES | Estructuración de una agenda anual de actividades culturales para una difusión provincial y nacional | Llegar a un mayor número de potenciales turistas para el cantón | Las agendas serán elaboradas por la Unidad de Turismo del Municipio de Biblián | Población a nivel provincial y nacional |
| MATERIAL PROMOCIONAL | Envío de material promocional gremios y empresas tanto públicas como privadas | Ofrecer los servicios de prestación turística y los productos turísticos diseñados | Por medio de correo convencional y agencias de entregas. Por medio de visitas programadas. | Población a nivel provincial y nacional |

Figura 24. Estrategias de promoción de atractivos de Biblián.

Elaborado por: el autor

4.8 SISTEMA DE GESTIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO

Para poder llevar un control de cumplimiento de objetivos planteados, se han establecido los indicadores necesarios como se muestra en la Figura 25:

| Nombre del indicador | Forma de calcularlo |
|---|---|
| Porcentaje de captación de nuevos turistas | $\frac{\text{Núm. de turistas que visitan por 1era vez Biblián}}{\text{Núm. total de turistas}} \times 100$ |
| Retención de turistas | $\frac{\text{Núm. de turistas que repiten su visita a Biblián}}{\text{Núm. total de turistas}} \times 100$ |
| Nuevos canales de distribución | Núm. de agencias y operadoras que ofrecen los paquetes turísticos de Biblián en un año. |
| Porcentaje de turistas interesados en obtener información sobre Biblián | $\frac{\text{Núm. de turistas en las oficinas de turismo}}{\text{Número total de turistas}} \times 100$ |
| Porcentaje de turistas satisfechos con su visita | $\frac{\text{Núm. de turistas satisfechos con su visita}}{\text{Número total de turistas}} \times 100$ |

Figura 25. Indicadores de Control

Elaborado por: el autor

Un adecuado sistema de monitoreo permitirá ejercer el control continuo del proceso de ejecución del Plan y con base en la información que se genere y analice, facilitará la toma de decisiones adecuadas y oportunas para el logro de los objetivos y metas.

El sistema debe permitir la verificación del cumplimiento y el nivel de avance del Plan. Para el efecto, debe entenderse como cumplimiento al grado de ajuste entre lo previsto, lo presupuestado y lo ejecutado; y nivel de

avance como el camino recorrido hacia el logro de los objetivos del Plan. La información que genere el sistema permitirá a las instancias competentes, adoptar medidas que permitan acelerar acciones, reorientar, ampliar o reducir esfuerzos, con miras a lograr la eficiencia de los procesos y la de resultado.

CAPITULO V

PRESUPUESTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN

5.1 PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING

El presupuesto y la justificación del Plan de Marketing está basado en las asignaciones que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Biblián realiza anualmente a la Unidad de Educación, Cultura y Turismo, dependencia encargada de crear la marca turística de la localidad y difundirla apropiadamente con el objetivo de impulsar el desarrollo turístico.

El valor de las asignaciones municipales para el año fiscal 2014 fue de USD \$ 90.000 para la Unidad de Educación, Cultura y Turismo.

El Estado de Resultados al año 2014 evidencia que la asignación presupuestaria cumple con sus obligaciones y proyectos ya establecidos anualmente por lo cual, para la implementación del Plan de Marketing propuesto será necesario conseguir apoyo para autogestión y/o solicitar una mayor asignación municipal para el año 2015.

TABLA 30. Estado de Resultados de la Unidad de Educación, Cultura y Turismo. 2014

| UNIDAD DE EDUCACIÓN, CULTURA Y TURISMO MUNICIPIO BIBLIÁN | | |
|---|-----------|----------------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS 2014 | | |
| INGRESOS MUNICIPALES | | 90.000,00 90.000,00 |
| Ingresos Municipales 2014 | 90.000,00 | |
| OTROS INGRESOS | | 1.680,00 1.680,00 |
| Saldo de caja | 980,00 | |
| Otros | 700,00 | |
| TOTAL DE INGRESOS | | 91.680,00 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN GENERAL | | 46.590,00 |
| ADMINISTRACIÓN GENERAL | | 46.590,00 |
| Sueldos y honorarios al personal | 39.000,00 | |
| Servicios básicos | 2.400,00 | |
| Gastos de comunicación | 2.680,00 | |
| Suministros de oficina | 330,00 | |
| Gastos generales | 1.200,00 | |
| Seguros y gastos financieros | 980,00 | |
| ACCIONES DE TURISMO 2014 | | 22.340,00 |
| DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO | | 22.000,00 |
| Promoción de festividades parroquiales | 9.500,00 | |
| Promoción de festividades cantonales | 8.500,00 | |
| Promoción de festividades religiosas | 4.000,00 | |
| OTRAS ACTIVIDADES | | 340,00 |
| OTROS PROYECTOS YA ESTABLECIDOS | | 22.550,00 22.550,00 |
| TOTAL DE EGRESOS | | 91.480,00 |
| SALDO AÑO ENTRANTE | | 200,00 |

Elaborado por: el autor

TABLA 31. Presupuesto del Plan de Marketing

| PRESUPUESTO PROYECTOS 2015 | |
|---|------------------|
| PLAN DE MARKETING | |
| PROMOCIÓN TURÍSTICA | 37.800,00 |
| Producción de material promocional | 11.800,00 |
| CD de difusión turística | 1.000,00 |
| Volantes y folletos | 2.200,00 |
| Afiches, gigantografías, banners | 2.900,00 |
| Promoción en prensa escrita | 1.300,00 |
| Guía turística de información | 1.500,00 |
| Letreros luminosos para la ciudad | 2.900,00 |
| Mercado nacional | 15.700,00 |
| Participación en ferias a nivel nacional | 4.500,00 |
| Publicidad y promoción en prensa escrita | 5.400,00 |
| Viajes de familiarización fam press | 2.300,00 |
| Presentaciones en eventos turísticos | 3.500,00 |
| Acciones de marketing | 3.900,00 |
| Arrendamiento de oficinas de turismo y centros de información | 2.400,00 |
| Investigaciones de mercado | 1.500,00 |
| Creación y mantenimiento de un portal Web | 3.600,00 |
| Base de datos | 900,00 |
| Creación de portal web | 1.500,00 |
| Costo mantenimiento web | 1.200,00 |
| Creación de marca y patente turística | 2.800,00 |
| Marca | 800,00 |
| Patente | 2.000,00 |
| TOTAL PROYECTOS 2015 | 37.800,00 |

Elaborado por: el autor

Una vez conseguido parte de los recursos por autogestión y financiando el saldo faltante con los recursos de las asignaciones municipales regulares, el Estado de Resultados 2015 se proyecta de la siguiente manera:

TABLA 32. Estado Resultado proyectado Unidad de Educación, Cultura y Turismo 2015

| UNIDAD DE EDUCACIÓN, CULTURA Y TURISMO MUNICIPIO BIBLIÁN | | |
|---|-----------|------------------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2015 | | |
| INGRESOS MUNICIPALES | | 120.000,00 120.000,00 |
| Ingresos Municipales 2015 | 90.000,00 | |
| Autogestión | 30.000,00 | |
| OTROS INGRESOS | | 500,00 500,00 |
| Saldo de caja | 200,00 | |
| Otros | 300,00 | |
| TOTAL DE INGRESOS | | 120.500,00 |
| GASTOS DE ADMINISTRACIÓN GENERAL | | 46.590,00 |
| ADMINISTRACIÓN GENERAL | | 46.590,00 |
| Sueldos y honorarios al personal | 39.000,00 | |
| Servicios básicos | 2.400,00 | |
| Gastos de comunicación | 2.680,00 | |
| Suministros de oficina | 330,00 | |
| Gastos generales | 1.200,00 | |
| Seguros y gastos financieros | 980,00 | |
| ACCIONES DE TURISMO 2015 | | 22.340,00 |
| DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO | | 22.000,00 |
| Promoción de festividades parroquiales | 9.500,00 | |
| Promoción de festividades cantonales | 8.500,00 | |
| Promoción de festividades religiosas | 4.000,00 | |
| OTRAS ACTIVIDADES | | 340,00 |
| PROYECTOS 2015 (PLAN DE MARKETING) | | 37.800,00 |
| PROMOCIÓN TURÍSTICA | | 37.800,00 |
| Producción de material promocional | 11.800,00 | |
| Mercado nacional | 15.700,00 | |
| Acciones de marketing | 3.900,00 | |
| Creación y mantenimiento de un portal web | 3.600,00 | |
| Creación de marca y patente turística | 2.800,00 | |
| OTROS PROYECTOS YA ESTABLECIDOS | | 13.500,00 13.500,00 |
| TOTAL DE EGRESOS | | 120.230,00 |
| SALDO AÑO ENTRANTE | | 270,00 |

Elaborado por: el autor

MARKETING ROI

Considerando que los ingresos por turismo a nivel provincial es de aproximadamente USD\$500.000 anuales y que el cantón Biblián aporta con el 9% de los servicios turísticos a la provincia, los ingresos estimados anuales por concepto de turismo que aporta el Cantón Biblián asciende a la suma de USD\$45.000. Con el supuesto de que en el primer año de la implementación del Plan de Marketing los ingresos se incrementarán en un 45%, se realiza el cálculo del Marketing ROI, es decir, del rendimiento sobre la inversión.

$$ROI = \frac{\text{Ingresos netos}}{\text{Costo plan de marketing}}$$

$$\text{Ingresos netos} = \text{Ingreso total} - \text{Costo plan de marketing}$$

TABLA 33. Cálculo del Marketing ROI

| CÁLCULO DEL MARKETING ROI | |
|---|------------------|
| INGRESOS ANUALES ESTIMADOS SIN PROYECTO | 45.000,00 |
| INCREMENTO PRIMER AÑO DEL PROYECTO | 45% |
| INGRESO TOTAL ESTIMADO POST-PROYECTO | 65.250,00 |
| (-)COSTO DEL PLAN DE MARKETING | 37.800,00 |
| INGRESOS NETOS | 27.450,00 |
| R.O.I. | 73% |

Elaborado por: el autor

Como resultado de la inversión publicitaria a través de la implementación del Plan de Marketing en el cantón Biblián, el rendimiento sobre la inversión sería del 73%, un beneficio económico que favorecerá directamente a la población biblianense.

CONCLUSIONES

El turismo es una actividad que planificada y desarrollada de una manera adecuada, incrementa los ingresos económicos, genera fuentes de empleo y evita la migración que es un fenómeno social que tantas repercusiones ha tenido en la provincia del Cañar y en el cantón en estudio.

De la misma manera, un turismo adecuadamente desarrollado permite inversiones en conservación de productos locales y promueve el intercambio de costumbres, ideas y estilos de vida

De lo que se pudo analizar, no existe una efectiva articulación entre entidades del sector público y privado para trabajar de una manera conjunta en beneficio de la actividad turística, los esfuerzos de cada una de estas entidades son aislados, debilitando así su accionar.

A pesar de que el turismo es considerado un instrumento importante para el desarrollo de los pueblos, a nivel cantonal y provincial no se ha creado una estructura de gestión cooperada y coordinada que planifique, lidere y articule programas y proyectos turísticos que beneficien a la población, que protejan el medio ambiente, que generen réditos económicos, en otras palabras que vele por un desarrollo sostenible y sustentable de la actividad.

La baja capacidad de alojamiento en Biblián no abastece la demanda de turismo existente actualmente y la que se pretende captar, este hecho implica que los recursos por alojamiento, alimentación y otros rubros que pudiesen generarse en el cantón se canalicen a otras ciudades como Azogues o Cuenca, donde se tiene una mayor capacidad de hospedaje.

Tomando en cuenta ambas poblaciones analizadas y los datos recaudados en las diferentes instituciones de la provincia y el cantón, se puede evidenciar que el Cantón Biblián no cuenta con un importante número de turistas, y también se hace evidente que el turista que llega es solo visitante o excursionista, es decir, son personas que permanecen menos de 12 horas en el atractivo turístico visitado, no pernocta en el sitio, por lo tanto, los recursos que dejan en las comunidades receptoras son mínimos o casi nulos.

El reto para las instituciones y gobiernos locales que administran el destino es fomentar el desarrollo de productos innovadores que se basen en las estrategias establecidas y que se orienten en la línea del marketing de destino.

La creación de asociaciones locales con este fin es importante para impulsar la participación tanto del sector público como privado, de esta manera se asegura la competitividad del destino y su desarrollo sustentable.

RECOMENDACIONES

Para un buen desarrollo del turismo es indispensable contar con infraestructura y servicios óptimos o por lo menos aceptables que permitan recibir a turistas y visitantes, los cuales luego de una buena experiencia sean el mejor medio de promoción, a través de sus recomendaciones a familiares y amigos; y sobre todo que nos permitan competir con destinos turísticos cercanos.

El transporte es uno de los aspectos fundamentales para el desarrollo turístico, es por eso importante contar con buenas unidades de transporte terrestre, con empresas y rutas que lleguen a todos los lugares con atractivo turístico y con una frecuencia regular de horarios de salida y retorno.

Es necesario que el gobierno local que gestiona el desarrollo turístico de Biblián, es decir, el GAD Municipal, mejore y diferencie sus productos turísticos, enfatizando su carácter único. Si bien es cierto que el turismo genérico es el que atrae a las masas, cabe recalcar también que muchas veces el intento de atraer a un gran número de segmentos de mercado puede ser contraproducente. Cada día es más evidente que los consumidores buscan autenticidad y experiencias únicas. Por lo tanto, es necesario revalorizar y desarrollar productos turísticos en base a las preferencias del consumidor y en base a los recursos disponibles utilizados coherentemente, con el objetivo de llevar al Cantón Biblián a una etapa de consolidación turística.

Para finalizar, se expone una propuesta de mejoramiento a nivel cantonal, a manera de recomendaciones, habiendo tomado en cuenta el análisis de las debilidades y amenazas que aquejan al Cantón Biblián:

| ESTRATEGIA | PROPUESTA | ACCIONES CONCRETAS | ACTORES |
|--|--|---|---|
| Mejoramiento y creación de infraestructura física en pro del turismo | Adecuación de los parques lineales del Burgay y Nazón. | <ul style="list-style-type: none"> • Creación de una cicloavía y caminerías que articulen estos dos puntos de turismo recreacional. Adecuación de senderos existentes. • Organización de comercios en el área circundante. • Reforestación de plantas nativas. Adecuación de jardines. • Ubicación de mobiliario urbano: bancas, basureros. • Instalación de postes de luz y lámparas para mejorar la seguridad. | Junta Parroquial de Nazón. Obras públicas. Municipio de Biblián Gobierno Provincial del Cañar. Ministerio de Turismo Propietarios de viviendas y locales comerciales |
| | Adecuación de la ruta Tushin-Papaloma para actividades de senderismo y turismo de excursión. | <ul style="list-style-type: none"> • Creación de refugios y senderos. • Reforestación del área • Adaptación de la ruta para deportes y excursionismo. | Junta Parroquial de Jerusalén Municipio de Biblián Gobierno Provincial del Cañar. Obras públicas |
| | Regeneración de las áreas de influencia inmediata a los centros turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de un programa de señalización turística en que, además de español, se incluya el quichua como parte del rescate de la identidad cultural. • Mejora de vías de acceso: aceras y vías • Mejoramiento de fachadas • Organización de comercios en el área circundante. | Ministerio de Turismo Obras públicas Municipio de Biblián |
| Mejoramiento de los | Capacitación a la | • Desarrollo de talleres | Municipio de Biblián |

| | | | |
|---|---|--|--|
| servicios turísticos y la hospitalidad de los moradores de las parroquias y el cantón en general. | población rural en calidad turística y comunitaria. | de capacitación y concienciación turística dirigido a la población rural. <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de talleres de capacitación en manejo de turismo comunitario. | Gobierno Provincial del Cañar Ministerio de Turismo |
| | Fortalecimiento de la red de turismo comunitario | <ul style="list-style-type: none"> • Legalización de las operaciones de turismo comunitario legaliza. • Diseño de un Plan estratégico de turismo comunitario. • Creación de convenios con instituciones financieras para facilidades de financiamiento. | Municipio de Biblián Gobierno Provincial del Cañar Ministerio de Turismo |
| Fomento a la inversión turística | Fomento a las microempresas | <ul style="list-style-type: none"> • Creación de planes estratégicos de ayuda a micros, pequeños y medianos emprendimientos turísticos con asesoría personalizada, legal y técnica. | Municipio de Biblián Gobierno Provincial del Cañar Ministerio de Turismo |

BIBLIOGRAFIA

- Bernier, E., Esteve R., Fuentes, R. y Martín, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona: Editorial OUC
- Calle, A., y García, M. (2008). *Inventario y jerarquización de los atractivos turísticos del Cantón Biblián*. Tesis de Licenciatura en Turismo no publicada, UDA, Cuenca, Ecuador.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y venta de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos*. España: Ideas propias Editorial.
- Cebrian, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla: Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- García, A. (2013). *Estrategias empresariales. Una visión holística*. Bogotá: Billmedia Publishing.
- Gómez, M., Mondéjar, J. y Sevilla, C. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Llamas Arjona, C. (2009). *Marketing y gestión de la calidad turística*. Madrid: Liber Factory.
- Lamb, Charles; Hair, Joseph; MacDaniel, Carl. (2011). *Marketing*. México D.F.: Cengage Learning S.A.
- Herrero, Ortiz. (2013). *Monólogo de un vendedor. 5 técnicas de marketing integral técnico empresarial*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Hitt, M. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación.
- INPC. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2011). *Instructivo para fichas de registro e inventario Bienes inmuebles*. Quito: Ediecuatorial.
- Kornblit, Ana Lía. (2008). *Metodologías cualitativas: modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

- Parking, M. (2007). *Macroeconomía*. México: Pearson Education.
- Parking, M., Esquivel, G. & Muñoz, M. (2007). *Macroeconomía. Versión para Latinoamérica*. México: Pearson Education.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Análisis de mercados. Marketing y publicidad*. Málaga, España: Editorial Vértice.
- Robbins, Stephen y Coulter, Mary. (2010). *Administración*. México: Prentice Hall.
- Saavedra, E., Durán, E. y Durandal, C. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. La Paz: Fundación PIEB
- Safuentes, A. (2007). *Manual de Economía*. Editorial Andrés Bello: Chile.
- Sainz, José María. (2009). *El Plan Estratégico en la práctica*. Madrid: ESIC Editorial.

LINKOGRAFÍA

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (2013). *Ecuador mejora el acceso a nuevas tecnologías de la información*. [Lectura en línea]. Recuperado el 10 de junio del 2014 desde: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-mejora-acceso-nuevas-tecnologias-informacion.html>
- Avilés, E. (2012). *Biblián*. Enciclopedia del Ecuador. [Lectura en línea]. Recuperado el 10 de junio del 2014 desde: <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=245&Let=>
- Calderón, Mónica. (2011). *Sistematización y análisis de estimaciones y estadísticas del turismo interno en el Ecuador. 2008-2009*. Tesis de grado de la Universidad de Cuenca. [Lectura en línea]. Recuperado el 23 de abril del 2014 desde: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1658/1/tur20.pdf>
- Dirección de Investigación. Ministerio de Turismo del Ecuador. (2012). *Ubicación del Turismo. Ingreso por Turismo / Exportaciones*. [Lectura en línea]. Recuperado el 23 de abril del 2014 desde: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30

Diario El Telégrafo. (2011). *Ecuador se proyecta como tercer destino turístico emergente en el 2012, según una encuesta*. [Lectura en línea]. Recuperado el 10 de julio del 2014 desde: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/ecuador-se-proyecta-como-tercer-destino-turistico-emergente-en-el-2012-segun-una-encuesta.html>

Eko Negocios (2013). *Perspectiva General*. [Lectura en línea]. Recuperado el 10 de junio del 2014 desde: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/612.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Biblián. (2009). *Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Biblián*. [Lectura en línea]. Recuperado el 3 de Agosto del 2014 desde: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0360000310001/PDyOT/27022013_120837_Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20teritorial%20del%20Canton%20Bibli%C3%A1n.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Biblián. (2014). *Patrimonio Cultural. Declaratoria del Santuario de la Virgen del Rocío como Patrimonio Cultural del Ecuador*. . [Lectura en línea]. Recuperado el 3 de Agosto del 2014 desde: <http://www.biblian.gob.ec/biblian/index.php/como-llegar/patrimonio-cultural>

INPC. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (s.f.). *Bienes Culturales Patrimoniales Muebles*. [Lectura en línea]. Recuperado el 3 de Julio del 2014 desde: <http://www.driv.inpc.gob.ec/component/content/article/30>

Ministerio de Turismo. (2007). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. PLANDETUR 2020*. . [Lectura en línea]. Recuperado el 3 de Julio del 2014 desde: <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Ministerio de Turismo (2013). *Turismo interno en el Ecuador genera al año alrededor de USD 5.000 millones*. . [Lectura en línea]. Recuperado el 6 de abril del 2014 desde: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-en-el-ecuador-genera-al-ano-alrededor-usd-5-000-millones/>

Organización Mundial de Turismo OMT. (2013). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. . [Lectura en línea]. Recuperado el 6 de abril del 2014 desde: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30

Toselli, Claudia. (2009). *Programa de fortalecimiento a destinos turísticos emergentes: un análisis desde la visión del desarrollo endógeno*. Chile: Universidad austral de Chile. . [Lectura en línea]. Recuperado el 6 de abril del 2014 desde: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314809005>

ANEXOS

Cestería



Artesanías en paja toquilla



Guioneras



Escaramuza



Contradanza



Reto



Pirotécnica



Música: Dulzaineros -tamborileros



Globeros



Carboneros



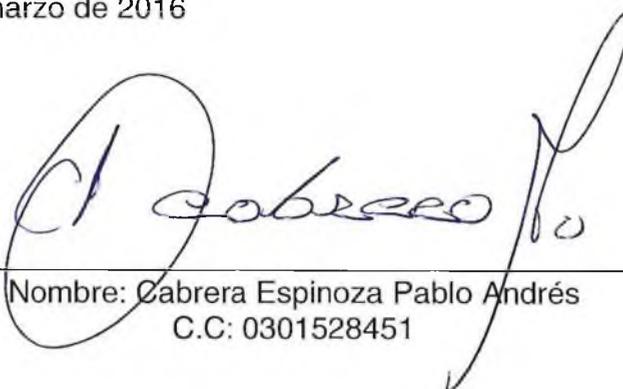
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Cabrera Espinoza Pablo Andrés, con C.C: # 0301528451 autor del trabajo de titulación: Plan de Marketing para el Desarrollo Turístico de Cantón Biblián de la provincia del Cañar 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, 15 de marzo de 2016

f. 

Nombre: Cabrera Espinoza Pablo Andrés
C.C: 0301528451



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|---|---|---|-----|
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: | Plan de Marketing para el Desarrollo Turístico de Cantón Biblián de la Provincia del Cañar. | | |
| AUTOR(ES) (apellidos/nombres): | Cabrera Espinoza Pablo Andrés | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres): | Baño Hifóng María Mercedes | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Facultad de Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Carrera de Marketing | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Ingeniero en Marketing | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | Marzo 15 del 2016 | No. DE PÁGINAS: | 143 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Sistemas de Información, Desarrollo de Sistemas | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | TURISMO EN BIBLIÁN, PLAN DE MARCADEO, TURISMO EMERGENTE, RUTAS TURÍSTICAS, TURISMO EN BIBLIÁN, MARCA CANTÓN BIBLIÁN | | |
| RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): | | | |
| <p>El presente trabajo investigativo se enfoca en el diseño de un plan de marketing para el desarrollo turístico del Cantón Biblián de la Provincia del Cañar.</p> <p>La Unidad de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Biblián, es la dependencia encargada de crear la marca turística de la localidad y difundirla apropiadamente con el objetivo principal de impulsar la economía local a través del desarrollo turístico. En base a este criterio se realizó el presente proyecto, el mismo que implica un análisis situacional del microentorno y del macroentorno, en el cual se evidencia la presencia de una diversidad de atractivos culturales y naturales que no están siendo aprovechados apropiadamente.</p> <p>En la realización de la investigación de mercado se llegó a la conclusión de que el tipo de turista al que se pretende llegar es aquel que realiza turismo interno y que busca actividades relacionadas al turismo recreacional, religioso, comunitario y ecológico, principalmente. Teniendo como principal objetivo la definición de estrategias de marketing apropiadas y el desarrollo de productos turísticos para brindar en la localidad un servicio turístico de calidad, se realizó la selección de estrategias de desarrollo, competitivas y el respectivo marketing mix para el logro de los objetivos planteados.</p> | | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: 072-232-016 | E-mail: pablo.cabrera@cu.ucsg.edu.ec / pablo.cabrera.e@hotmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE | Nombre: Samaniego López Jaime Moisés | | |
| | Teléfono: +593-4-2206950 | | |
| | 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): | |