

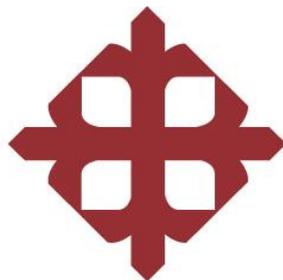
**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
EXAMEN COMPLEXIVO: COMPONENTE PRACTICO**

**“VIAJA PRIMERO ECUADOR”, POTENCIADORA DEL TURISMO INTERNO Y SUS EFECTOS A
TRAVÉS DEL MARKETING.**

AUTOR: AMADA TATIANA ESPINOZA CASTRO

**AÑO 2015
UTE B-2015**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Amada Tatiana Espinoza Castro**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Marketing**.

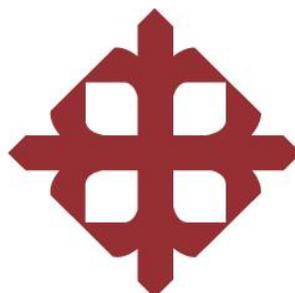
TUTOR (A)

Ing. María Soledad Rea Fajardo, MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Lic. Patricia Torres Fuentes, MSc.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Julio del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Amada Tatiana Espinoza Castro

DECLARO QUE:

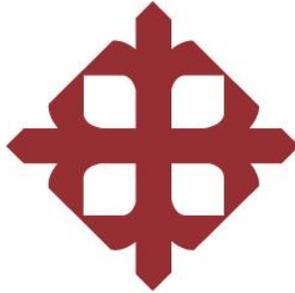
El componente practico del Examen Complexivo: **“VIAJA PRIMERO ECUADOR”, POTENCIADORA DEL TURISMO INTERNO Y SUS EFECTOS A TRAVÉS DEL MARKETING.** Previa a la obtención del Título de **Ingeniería en Marketing**, ha sido desarrollado en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente práctico del examen Complexivo referido.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Julio del año 2015

EL AUTOR (A)

Amada Tatiana Espinoza Castro



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

AUTORIZACIÓN

Yo, Amada Tatiana Espinoza Castro

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del componente práctico del examen Complexivo: **“VIAJA PRIMERO ECUADOR”, POTENCIADORA DEL TURISMO INTERNO Y SUS EFECTOS A TRAVÉS DEL MARKETING**. Cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Julio del año 2015

EL (LA) AUTOR(A):

(Firma)

Amada Tatiana Espinoza Castro

AGRADECIMIENTO

Antes que todo agradezco a Dios, por enseñarme a luchar en esta vida llena de adversidades, a conquistar las metas que me proponga agotando los recursos que sean necesarios, por estar conmigo cuando he caído y darme su mano para levantarme.

Mis hijas por brindarme su confianza y su apoyo que sirvieron de ayuda para comprender y entender mejor las cosas, por brindarme la fortaleza y el estímulo necesario para la elaboración de mi Ensayo de Grado. Gracias por ser mi razón de ser.

No puedo olvidar a mi Padre, Wilson Espinoza que aunque no esté con vida; en mi corazón siempre estará presente, ya que guía y cuida de mí en cada paso que doy. A mi Madre Yolanda por enseñarme que no hay límites y ser el pilar de mi vida. Mi querida hermana por ser apoyo en mis más duros momentos.

Padre Celestial, querido Papito, madre y mis bellas hijas, hermanita pequeña Gracias por todo, los amo...

Amada Tatiana Espinoza Castro

DEDICATORIA

Dedico este ensayo a Camila y Anahís, mis dos amadas hijas quienes inspiraron cada esfuerzo para llegar hasta aquí.

Amada Tatiana Espinoza Castro

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

(Se colocan los espacios necesarios)

(NOMBRES Y APELLIDOS)

PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

(NOMBRES Y APELLIDOS)

PROFESOR DELEGADO

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
RESUMEN.....	VIII
1. TITULO.....	1
2. INTRODUCCIÓN.....	1
3. DESARROLLO.....	2
3.1 ¿Cuál es la óptica, bajo la cual el MINTUR analiza a nuestro País, al Referirse en el PIMTE- 2014- EDISION –Turismo interno. A, Ecuador es Y Ecuador tiene?.....	5
3.2 ¿Cuáles son los puntos más relevantes del PIMTE (Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno del Ecuador)?	19
3.3 ¿Qué estrategias variables se deben aplicar en el Mercado Interno y en el Producto Turístico?.....	21
3.4 ¿Cuáles son los beneficios e impacto del Marketing aplicado por el MINTUR Y PIMTE en el turismo ecuatoriano a través de la campaña “Visita Primero Ecuador?.....	23
4. CONCLUSIONES.....	26
4. BIBLIOGRAFIA.....	28

RESUMEN (ABSTRACT)

En este ensayo se realiza un recorrido por el Ecuador, parte de su historia, su gente, pero sobre todo por sus provincias y sus mayores atractivos turísticos, contenidos como tesoros invaluable, dentro de los Cuatro Mundos; Sierra, Costa, Amazonía y Galápagos. Con el fin de rescatar los esfuerzos realizados por el Marketing Turístico, tales como los convenios e incentivos que el gobierno ofrece a quienes forman parte de la campaña publicitaria, o los valores y sentido de propiedad infundidos a la ciudadanía a través de los de la publicidad y estímulos del marketing. Además del impacto que este genera; a través de la propuesta del gobierno del Economista Rafael Correa Delgado mediante el MINTUR. Con la campaña “Viaja Primero Ecuador”.

Palabras Claves: VIAJA, PRIMERO, ECUADOR, POTENCIA, TURISMO, MARKETING.

1. TÍTULO

“Viaja primero Ecuador”, potenciadora del turismo interno y sus efectos a través del marketing

2. INTRODUCCIÓN

Se considera oportuno, iniciar la investigación de este tema; con la siguiente reseña histórica:

(Juan V y Federico G S en, Historia del Reino de Quito e Historia de la República del Ecuador) narran que, en 1563- Era Colonial, El Rey Fernando II de España, nominó a nuestro suelo “REAL AUDIENCIA DE QUITO”, siendo el 1er Decreto Jurídico y Legal de nuestra Patria.

La llegada de “La Misión Geodésica Francesa”: 1730 – 1736 – Siglo XVIII, al mando de Carlos María de Contamine; mediante mediciones cartográficas, logró definir a la Línea Imaginaria que divide a la Tierra en dos partes iguales. Sí, ¡La llamaron ECUADOR, que proviene del Latín AEQUAE – significa IGUAL! Pues, divide al planeta en dos partes iguales o hemisferios.

Por todo ello, la 1ª Asamblea Nacional Constituyente de Riobamba en Agosto de 1830, con representantes de: Quito, Guayaquil y Cuenca le calificaron a nuestra Patria así: ¡REPÚBLICA DEL ECUADOR!

Por eso: ¡EL NOMBRE ECUADOR MANTIENE UN SIGNIFICADO RELEVANTE PARA NUESTRA NACIONALIDAD Y EL TURISMO MUNDIAL! Quedan como recuerdos permanentes: a 25 km de Quito la ciudad Mitad del Mundo (San Antonio de Pomasqui) y UNASUR, con sus monumentos destacados por el gobierno del Economista Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional del Ecuador.

Es conveniente destacar que este documento tiene como objetivo explicar y difundir las principales estrategias y acciones de Marketing turístico previstas y aplicadas en el Mercado interno, a través del lanzamiento y desarrollo de la campaña del MINTUR, “Visita primero Ecuador”.

Para poder planificar este trabajo desarrollaremos las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la óptica, bajo la cual el MINTUR analiza a nuestro País, al referirse en el PIMTE- 2014- EDISION –Turismo interno. A, Ecuador es... y Ecuador tiene...?

¿Cuáles son los puntos más relevantes del PIMTE (Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno del Ecuador)?

¿Qué estrategias variables se deben aplicar en el Mercado Interno y en el Producto Turístico?

¿Cuáles son los beneficios e impacto del Marketing aplicado por el MINTUR Y PIMTE en el turismo ecuatoriano a través de la campaña “Visita Primero Ecuador”?

Por consiguiente si la ciudadanía ecuatoriana que está viviendo en el Siglo XXI debe recorrer el País, conociendo, socializando, conforme a propósitos y objetivos planteados en el PIMTE.

Si nuestro País es “Un Paraíso”, entonces. ¡VIAJA PRIMERO ECUADOR!

Como expresa la propuesta turística: ¡Aquí están cuatro mundos por descubrir, “GALAPAGOS, COSTA, ANDES Y AMAZONÍA”!

Más adelante, se desarrollará cada una de estas regiones, calificados como cuatro mundos distintos. Que para Sociólogos, historiadores, Periodistas, Ingenieros Comerciales y en Marketing y estudiosos, queda mucho por descubrir.

3. DESARROLLO

Es de suma importancia, para el desenvolvimiento de este trabajo intelectual: Todo el proceso investigado, con elementos primordiales, concepciones de aplicación.

Pues, toda esta “Senda de investigación” se ha fusionado en mi pensamiento, llenándome de ¡Fervor e ilusión! Por eso, continúo: ¡Leyendo y Descubriendo riqueza de conocimientos! Los mismos que son beneficiosos, para este “Despertar turístico del Ecuador”; manteniendo fe y esperanza, porque la

ciudadanía comenzó en siglo XXI a reconocer y apreciar la grandiosa validez del Turismo Nacional.

Todos y cada uno de estos propósitos y objetivos están cumpliéndose, en forma real y práctica, como ha sido planteado en el PIMTE- 2014 – EDISION – TURISMO INTERNO y lógicamente también la Ministra de Turismo, Sandra Naranjo Bautista; El Ministro de educación y Gobierno Central.

Debemos enaltecer a nuestro país y como ecuatorianos hacerlo: por el Título alcanzado el 7 de Mayo del 2015, al estar nominado en 20 categorías en los World Travel Awards 2015.

Estos premios son considerados a nivel mundial el concurso más importante de la industria Turística a nivel Mundial. Como lo publica el periódico “EL Ciudadano”, en el reportaje; *Ecuador Potencia Turística a nivel Mundial* según su sitio web (<http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-potencia-turistica-a-nivel-mundial/>) donde nuestro País alcanzó, 14 premios de sus 18 nominaciones como **Ecuador Potencia turística y Quito “Destino Líder Verde de Sudamérica”**.

La constante superación en planes y estrategias turísticas desarrolladas por el Marketing turístico, es digno de elogios; ya que el Presidente Correa, con sus secretarios de Estado, Los Poderes Legislativos (Asamblea Constituyente) y Judicial, en combinación con los gobiernos descentralizados (24 provincias) y junto a Empresas Privadas y Públicas; se encuentran perfilando innovaciones. En las áreas de: Mercado Interno, Productos Turísticos y Comerciales y gracias a los medios de comunicación e internet se puede difundir y aplicar lo siguiente:

Plan de Marketing turístico Operativo en el Mercado Interno de Ecuador mediante la campaña “VIAJA PRIMERO ECUADOR”.

En donde existen interesantes aspectos de ejecución de la *Campaña “Viaja Primero Ecuador”*, que según el MINTUR en su página oficial (<http://www.turismo.gob.ec/campana-viaja-primero-ecuador/>), nos detalla los puntos más relevantes de este gran proyecto que nació en Quito el 19 de febrero de 2014. Invitando a los ecuatorianos a ver al país desde la óptica de un viajero que recorre cada rincón del país con un paquete turístico económico y conveniente. Esta campaña busca motivar a los ecuatorianos a descubrir y disfrutar de los múltiples atractivos turísticos que poseen las cuatro regiones de nuestro País, que a través del orgullo y la pertenencia de los ciudadanos por su

país, conozcan destinos que hasta entonces han pasado desapercibidos y que son una buena alternativa para incluirlos en un paquete turístico organizado.

La campaña busca dar un impulso al turismo interno, y su principal fundamento es que el ecuatoriano tenga preferencia por su país y “Viaje primero Ecuador”, por medio de una oferta que consolide la porción aérea con la porción terrestre; así también coordinando la conexión entre alojamiento y diversión en un solo paquete que pueda generar un mayor atractivo que los paquetes del exterior.

El MINTUR propuso a los empresarios como medio para impulsar esta iniciativa, asumir el 20% del costo de la pauta publicitaria en radio o televisión de las promociones que incluyan productos turísticos nacionales, Con este incentivo el gobierno se propuso entrelazar al consumidor y a quienes ofrecen servicios turísticos; permitiendo que el consumidor sea premiado con paquetes turísticos Nacionales y a su vez los proveedores serán beneficiados en los costos publicitarios.

Además como catapulta para el lanzamiento y promoción del producto estrella de la campaña, “El Tren Crucero” que ofrece al turista interno y extranjero un viaje de lujo que los llevará por un recorrido por la historia y la cultura ecuatoriana. Este recorrido, *Tren Excursiones Ecuador*, según se explica en la página web del Tren crucero (www.trenecuador.com), parte en los páramos Andinos y culmina en las planicies de la Costa, brindando cuatro días y tres noches de excursiones, alojamiento, alimentación completa y guías en inglés y español. El MINTUR asume el 30% de los costos publicitarios en radio y televisión a quienes incluyan este grandioso producto.

Es importante recalcar que parte de esta cooperación entre el gobierno y los proveedores del servicio es que deberán incluir en la publicidad y promociones el sello de la campaña “Visita Primero Ecuador”.

Los esfuerzos se han centrado en tres puntos que tienen aeropuertos y mayores frecuencias aéreas, que son Quito, Guayaquil y Cuenca. Haciendo convenios también con hoteles, medios de transporte, sitios de diversión, agencias de viajes y todos quienes forman parte del proceso y creación del servicio turístico; este gran trabajo no está enfocado solamente a las principales

ciudades, sino también a potenciar los mejores atractivos turísticos de cada una de las ciudades de las diferentes regiones del País.

A continuación podremos observar a “Ecuador como producto Turístico” mediante el desarrollo de las siguientes interrogantes:

3.1 ¿Cuál es la óptica, bajo la cual el MINTUR analiza a nuestro País, al referirse en el PIMTE- 2014- EDISION –Turismo interno. A, Ecuador es... y Ecuador tiene...?

Para el desarrollo de esta interrogante me gustaría comenzar destacando que él durante el proceso de lanzamiento e implementación de esta importante campaña, nuestro País se ha beneficiado de un sinnúmero de obras, tanto en carreteras como en rehabilitación de lugares que antes se encontraban abandonados y en mal estado, y que ahora son aprovechados y explotados como situación turística y de interés. Entre estos podemos nombrar la recientemente rehabilitada vía Férrea Quito – Durán, esta obra fue rescatada junto con su historia, cultura y tradiciones.

El Ecuador es un País Megadiverso, pluricultural, multiétnico que cuenta con gente motivada a ser los primeros en ofrecer ayuda, hospitalidad e información al turista interno y extranjero a través de la intensiva recordación de valores que son parte del Plan de Marketing de la campaña “Viaja Primero Ecuador”.

Estos valores o componentes son:

-  Agentes Turísticos
-  Playas Limpias
-  Baños Limpios.

El desarrollo de estas simples pero importantes normas da paso a que los turistas en general, puedan apreciar no solo la cultura, educación y “Modus Vivendi” del **ecuatoriano**; sino que despierta y da paso a la verdadera belleza del Ecuador. Dividido por su geografía, clima y demografía, en cuatro grandes mundos; Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, siendo este último, el recurso más explotado y atractivo de nuestro país ante el mundo.

El MINTUR en la página oficial de la campaña “Viaja Primero Ecuador” (viajaprimeroecuador.com.ec/) describe y expone a nuestro País como producto, destacando el esfuerzo del Marketing turístico implementado por el gobierno y el MINTUR, mediante una extensa descripción de promociones, acuerdos, paquetes turísticos y sitios turísticos destacados, que son parte de la campaña y que para los ojos del MINTUR, (Fuente: PIMTE 2014-EDISION-Turismo Interno)

Ecuador es:

-  Un País fácil de recorrer
-  Multi-destino ideal para familias, amigos, Multi-generacional y para disfrutar todo el año.
-  Destino para el buen vivir, socialmente incluyente, participativo, y comprometido con el turismo accesible.

Sitios Destacados por “Viaja Primero Ecuador”:

ESMERALDAS

La cultura pre-colonial que se encuentra en la desembocadura de los ríos Cayapas y Santiago. Esta reserva está llena de biodiversidad, Hoy producen conservas de diversas frutas que siembran en la Tierra Verde, son amantes de los manglares. En la ciudad de Esmeraldas se destacan los Afro- ecuatorianos como artesanos magníficos porque elaboran el instrumento llamado la marimba y son diestros en tocarla. Esmeraldas posee el sitio arqueológico La Tolita, donde se puede conocer no solamente la cultura sino podemos apreciar la isla de los pájaros especialmente aves marinas que frecuentan el lugar por el alimento.



Temperatura de 21 °C. a 28 °C.



Comida típica: El encocado y mariscos.

PLAYA DE MONPICHE

Esta playa de Esmeraldas ha tenido un gran giro. Cuenta con grandes cadenas hoteleras, resorts, y es ideal para la pesca y el surf. Posee un clima ideal durante todo el año. Pero la mayor concurrencia de turistas se da de junio a octubre debido al surf. En esta hermosa playa se practican varios deportes como, senderismo y ciclismo de montaña.



Temperatura es de 21 °C a 28 °C.



Comida típica: El encocado

MANABÍ

MANTA

La ciudad de Manta (en homenaje a la cultura pre-colonial de los Mantas, y también la Bahía de Caráques, porque existe la obra del Padre Jesuita riobambeño Juan de Velasco, quien escribió “Historia del Reino de Quito” y en ella nos dice lo siguiente:

“Los primeros pobladores fueron los Caras, quienes ingresaron por Manabí y ascendieron los Andes para formar la cultura del Reino de Quito”

Los nombres relacionados con los Caras son: En la Costa, Bahía de Caráques y en Imbabura los Caranquis, rebeldes que se enfrentaron al inca Huayna Cápac.

En esta ciudad La Playa Murciélagos y Crucita son unas de las más visitadas. También malecón de Manta, El bosque de Pacoche, lo cual muestra gran variación de ecosistemas y una flora muy diversa.



Su temperatura es de 25 hasta 36°C.



La cazuela de mariscos

PARQUE NACIONAL MACHALILLA

El Parque Nacional Machadilla con su fauna costera, está ubicada a 10 km de Puerto López. Su atractivo son los leones marinos, iguanas y piqueros de patas azules. Se encuentran también la playa La Tortuguita, o la hermosa playa de Los Frailes.



Su temperatura es de 25 hasta 36°C.



La cazuela de mariscos

PUERTO LÓPEZ

Puerto López, pueblo de pescadores dueña de belleza y biodiversidad fue declarado como la primera Área Turística Protegida de Ecuador. Visitada año tras año por el avistamiento de ballenas entre julio y septiembre. En este lugar podemos observar también armadillos, el tigrillo y osos hormigueros.



Su temperatura es de 25 hasta 36°C.



La cazuela de mariscos

SANTA ELENA

MONTAÑITA

En esta bella y bohemia playa se dan cita extranjeros de todas partes del mundo. Por sus olas que son ideales para surfear. Además Montañita ofrece la posibilidad de aprovechar la extensión de su playa, se caracteriza por la comercialización de artesanías, tanto locales como extranjeras.



Su temperatura anual es de 25° C.



El seco de chivo.

SALINAS

Salinas es una de las playas más visitadas por sus playas, paisajes, gran infraestructura hotelera, Inclusive es el sitio elegido por las ballenas jorobadas. La Chocolatera, un impresionante acantilado, es uno de los principales sitios turísticos,



Su temperatura anual es de 25° C.



El seco de chivo

GUAYAS

GUAYAQUIL

Guayaquil la ciudad más grande del Ecuador en la cual existieron estas dos culturas: Los Huancavilcas y Los Punáes que se enfrentaron a la dominación española. Estos indígenas quemaron tres veces a la ciudad de Guayaquil y la última que se conserva hasta la actualidad, calificada como La Perla de Pacífico, Ahora 25 de Julio del 2015 celebra Guayaquil 400 años de su Fundación que fue en el año de 1535.

En la producción turística Guayaquil sobresale con una serie de trabajos de pintura, escultura y tiene algunos museos arqueológicos de la primitivas culturas de Valdivia, Las Vegas, Machalilla.

Se destaca actualmente El Malecón Simón Bolívar y El Malecón del Salado que ofrecen al turista la posibilidad disfrutar de la gastronomía fascinante vista del río Guayas. Además El Cerro Santa Ana y el barrio Las Peñas se convirtieron en destinos imprescindibles para cualquiera que visite Guayaquil.



Temperatura es de 25°C aproximadamente.



Comida Típica: El encebollado

RESERVA ECOLÓGICA MANGLARES CHURETE

Los Manglares de patrimonios naturales de la provincia del Guayas. Dividida en 4 senderos, donde habitan pájaros y los monos aulladores. El manglar tiene un área de 35,000 hectáreas, incluyendo camaroneras.



Temperatura es de 25°C aproximadamente.



Comida Típica: El encebollado

PLAYAS

Playas de General Villamil cuenta con extensas playas para disfrute a los turistas La Isla de Los Pájaros es el sitio ideal para practicar el avistamiento de aves. Puerto El Morro, Puerto Engabao ofrece con su flora y fauna local son un atractivo turístico, donde destaca el delfín nariz de botella.



La temperatura de 25°C aproximadamente.



Comida Típica: El encebollado

EL ORO

PIÑAS

Piñas es conocida como “La Orquídea de los Andes” por albergar una gran cantidad de este tipo de flores. Se destaca La Reserva Jocotoco Buenaventura que alberga una gran diversidad de aves, especies vegetales e insectos.



Temperatura es de 25°C aproximadamente.



Comida Típica: El tigrillo y repe (sopa de arveja y verde).

ISLAS DE JAMBELÍ

Son un conjunto de islas rodeadas de manglares. Estas bellas playas de Jambelí cuenta con un museo marino en donde se puede conocer un poco más de la fauna del litoral en una amplia muestra que incluye corales, moluscos, hueso de ballenas, y crustáceos.



La temperatura es de 25°C aproximadamente.



Comida Típica: El tigrillo y mariscos.

LOJA

Con la provincia de Loja, se termina la geografía interandina y en ella existen un gran porcentaje de indígenas que hablan el quichua.

VILCABAMBA

Vilcabamba, que en quichua significa “Valle Sagrado”, tierra de orquídeas, es reconocida por su exuberante vegetación, su agradable clima y la longevidad de sus habitantes, los principales atractivos que tiene Vilcabamba, son, sin duda las caminatas, paseos a caballos, excursiones por sus gigantescas cascadas, su bosque
+333



Temperatura de 16° C.



Comida Típica: La cecina de carne seca.

BOSQUE PETRIFICADO DE PUYANGO

Importante atractivo mundial, el Bosque Petrificado de Puyango es un yacimiento de fósiles marinos y madera petrificada. Ubicado en las orillas del río Puyango.

Cuenta con el museo en el que pueden encontrarse piezas fosilizadas de animales, frutos, peces, insectos y moluscos.



Temperatura de 16° C.



Comida Típica: La cecina es carne seca.

VIRGEN DEL CISNE

Cada 15 de agosto la Virgen del Cisne, patrona de los lojanos, emprende su viaje desde su santuario hasta la catedral. La “Churona”, como se conoce a la Virgen del Cisne, en su procesión realiza visitas en lugares como, haciendas e ingenios azucareros, en las cuales se pueden contemplar los más hermosos parajes lojanos.



Temperatura de 16° C.



Comida Típica: La cecina es carne seca.

AZUAY

En la parte austral: Las provincia de Cañar y Azuay, formaron hasta el siglo 16 una cultura de integración llamada CULTURA CAÑARI, quienes luego de la invasión incásica nos dejaron los siguientes recuerdos:

En Cañar, Coyoctor (Baños del Inca) y la de mayor importancia INGAPIRCA (Fortaleza incásica) que mantiene una gran atracción turística Nacional y mundial.

En el Azuay existen recuerdos arquitectónicos de mucho valor turístico, a más del camino del Inca (Chaquiñán en quichua), Los paredones cerca de rio Blanco en Molleturo y Parque natural el Cajas, que recibió últimamente por parte de la UNESCO el calificativo de Biosfera del planeta.

PARQUE NACIONAL CAJAS

Es una zona protegida con páramos, lagos y lagunas, fauna y flora única. Se encuentra ubicado a 33 kilómetros de la ciudad de Cuenca y su belleza natural es propia de los Andes. Esta zona es muy concurrida por turistas ya que se puede caminar, acampar, explorar y hacer aviturismo. Hay varios restaurantes y variada gastronomía.



Temperatura Occidente 20 °C y 33 °C, Zona andina, entre los 10 °C y 28 °C



Comida Típica: El motepillo y Trucha arcoíris.

EL BARRANCO DE CUENCA

En Santana de los Cuatro Ríos de Cuenca, junto al Río Tomebamba se encuentra el barranco. En las noches su vista es iluminada da lugar a los turistas que acuden a cafés y restaurantes para disfrutar una deliciosa velada y de esta hermosa ciudad Patrimonio de la Humanidad. Hay lugares con presentaciones de shows culturales y obras de teatro para disfrutar una jornada cultural.



Temperatura 20 °C y 33 °C, zona andina, 10 °C y 28 °C



Comida Típica: El motepillo, mote sucio y cuy asado.

CENTRO HISTÓRICO DE CUENCA

En 1999, la Unesco declaró esta zona como patrimonio cultural de la humanidad, Cuenca rodeada por cuatro ríos, El majestuoso Tomebamba, Yanuncay, Tarqui y Machángara que cruzan también la ciudad. Y su arquitectura y valores culturales. La han convertido en Destino favorito a nivel mundial preferido por los jubilados extranjeros. Además el turismo religioso para conocer las diversas iglesias y la Catedral Vieja y Nueva que conservan patrimonio artístico y arquitectónico. Con sus calles adoquinadas en el centro Cuenca ofrece al turista su típico mote pillo, mote sucio, postres con nata, dulces cuencanos.



Temperatura 20 °C y 33 °C, zona andina, 10 °C y 28 °C



Comida Típica: El motepillo, mote sucio y cuy asado.

SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

COMUNIDADES TSÁCHILAS

Santo Domingo de los Tsáchilas, sobresale por las comunidades indígenas con su tradicional peinado en base de achiote o mú, esta pintura y su proceso se denominan maliquedé. Su medicina es natural y sus rituales shamánicos.



Temperatura de 22°C.



Comida Típica: La Bandera

CERRO MIRADOR EL BOMBOLI

En su cima podemos encontrar el santuario de la Virgen del Cisne y un parque. El cerro está ubicado a unos diez minutos del centro. Muchos acuden allí como una peregrinación religiosa.



Temperatura de 22°C.



Comida Típica: La Bandera

PICHINCHA

CENTRO HISTÓRICO QUITO

En Pichincha, la ciudad de Quito, que tuvo “La escuela quiteña” en la época colonial, con Miguel de Santiago, Caspicara y otros; resulta admirable, que actualmente en esta urbe patrimonial, se está forjando una nueva escuela quiteña, con jóvenes; artistas en pintura, escultura, arquitectura y joyería, que lógicamente está dando nombre a la capital del Ecuador.

La capital está dotada de bellas iglesias, y la Basílica además del Palacio de Carondelet.



Temperatura 15 y 25 °C, zona -3 y 10 °C.



El locro de papa

RESERVA DE BOSQUE MINDO

Es una reserva natural protegida a pocas horas de la capital, denominada Bosque Protector Mindo-Nambillo, donde el turista podrá hacer tubing, canopy observar un paraíso de orquídeas.



Temperatura de 15 y 25 °C, zona andina -3 y 10 °C.



El locro de papa

TELEFÉRIQO

Está ubicado al extremo oriental de la capital ecuatoriana y es uno de los más altos de Sudamérica, se encuentra cerca al volcán Pichincha. Al descender se encuentra un gran parque de diversiones muy concurrido por los turistas



Temperatura de 15 y 25 °C, zona andina -3 y 10 °C.



El locro de papa

COTOPAXI

CIRCUITO DE QUILOTOA

Es una caminata hacia el volcán Quilotoa, que posee una laguna de aguas turquesa en su cráter. Desde la ciudad de Latacunga se parte a visitar las localidades de Zumbahua, Quilotoa, Chucchilán, Sigchos y Saquisilí.



Temperatura de 13°C



Las chugchucas.

PARQUE NACIONAL COTOPAXI

Este hermoso parque ubicado a 30 km. de la ciudad de Latacunga, es el más concurrido de Ecuador. En donde se levanta el majestuoso volcán Cotopaxi y el Rumiñahui.



Su temperatura media anual es de 13°C



Las chugchucas

IMBABURA

En la parroquia San Antonio, existe un semillero de artesanos que trabajan con madera, esculturas de imagines religiosas.

LAGUNAS

Estas reservas de agua natural, con impresionante paisaje, Son las más importantes reservas del Ecuador como Cuicocha,



Temperatura de 8° C y 28° C.



Las carnes coloradas.

OTAVALO

Ciudad de leyendas, mitos y tradiciones de los pueblos Kichwa Otavalo y Blanco Mestizos mantienen su identidad posee un mercado artesanal.



Temperatura de 8° C y 28° C.



Las carnes.

COTACACHI

Se celebra la legendaria Fiesta de la Jora, evento que recuerda el homenaje de los adoradores del Sol durante el equinoccio de ese mes. Las fiestas Inti Raymi se celebran en Junio, junto con la cosecha del maíz, y sus manifestaciones de la cultura indígena.



Temperatura de 8° C y 28° C.



Las carnes coloradas.

CARCHI

GRUTA DE LA PAZ

Es santuario de la Virgen María se encuentra en una impresionante caverna en el cañón del río Apaquí



Temperatura de 10 y 15° C



El hornado.

RESERVA ECOLÓGICA EL ÁNGEL

Tierra de suelos húmedos, ya que se encuentra grandes cantidades de agua que abastecen a toda la provincia de Carchi. Nacimiento de muchos ríos que depositan sus aguas en las cuencas de los ríos Mira y El Ángel. Ideal para el trekking en el bosque.



Temperaturas de 10 y 15° C



El hornado.

CHIMBORAZO

VOLCÁN CHIMBORAZO

El sitio más cercano al sol, lo cual no carece de base científica, debido a su posición de Ecuador en la línea ecuatorial. Este nevado tiene 6.310 metros de altura sobre el nivel del mar. El coloso de los Andes americanos.



Temperaturas de 6° a los 20° C.



Las bonitísimas.

NARIZ DEL DIABLO

Es un importante monumento natural de piedra a 2.346 metros sobre nivel del mar, al cual se puede pasar por tren. Sí, se caracteriza por su recorrido en tren a una altura de 1.900 metros.



Temperaturas de 6° a los 20° C.



Las bonitísimas.

RIOBAMBA

La Sultana de los Andes, ciudad de Flores y frutas que fue la primera urbe que culturizo el “carnaval”. Tierra de los Tres Juanes, Juan Montalvo, Juan León Mera y Juan Benigno Vela, son intelectuales valiosos; especialmente Juan Montalvo, por su creatividad intelectual, que dejó muchas obras, para el liberalismo y la justicia nacional, manteniendo fama mundial.

En Ambato la casa de Montalvo es un museo y Juan León Mera es el autor de la letra del Himno Nacional.



Temperaturas de 6° a los 20° C.



Las bonitísimas.

La Amazonia tiene poca producción turística de las culturas ancestrales y últimamente, el Gobierno de la Revolución Ciudadana ha incrementado la educación en las seis provincias: Napo, Sucumbíos, Pastaza, Orellana, Zamora Chinchipe y Morona Santiago. Se ha incrementado pequeños esfuerzos y recuerdos elaborados por los descendientes ancestrales con la vegetación y hasta con plumas de aves. Y Pieles de animales. Aunque existen prohibición de la cacería indiscriminada para defender la fauna y la flora de esta diversidad amazónica.

ORELLANA

COMUNIDAD SHUAR

La comunidad Shuar es un pueblo amazónico que se basa en mitología, usan de forma recurrente diferentes alucinógenos ecuatorianos, la etnia Shuar aún conserva su lengua autóctona, el Shuar (dialecto) es hablado en toda la comunidad. Practica shamanismo.



Temperatura de 25° C.



El maito de tilapia.

PARQUE NACIONAL YASUNÍ

El parque Yasuní es un ecosistema con la mayor biodiversidad del mundo, tiene a su vez las más variadas especies de la flora y fauna de nuestro planeta, fue declarada por la UNESCO como Parque Nacional Yasuní Reserva Mundial de la Biosfera.



Su temperatura de 25° C.



El maito de tilapia.

MORONA SANTIAGO

MIRADOR DEL QUILAMO

El mirador del Quilamo se encuentra cerca del río Upano en la ciudad de Macas, a su alrededor cuenta con otros miradores como: Emisora Voz del Upano, Tigrillo.



Temperatura de 18 y 25 °C.



El caldo de novios.

CUEVA DE LOS TAYOS Y LOGRONO

La cueva de los Tayos tiene alrededor de 200 años de antigüedad. La Chimenea es el acceso principal a la cueva, recorrer alrededor de 64 metros hacia abajo y en absoluta oscuridad.



Temperatura de 18 y 25 °C.



El caldo de novios.

GALAPAGOS

Por ultimo Galápagos es un tesoro ubicado en el cuarto huso horario al Ecuador continental, tiene una hora menos que el resto del País, y la Unesco le dio este título de Patrimonio Natural de la humanidad, por la evolución que se dio en estas islas del Pacífico, atravesadas por la línea Ecuador.

Existe la estación Charles Darwin (centro de producción de los animales Galapagueños), para que no se extingan. Hace algunos meses la Galápagos (tortuga George) que falleció de 100 años fue embalsamada en Estados Unidos y será traída a nuestro País. Para el mundo entero este archipiélago representa la más importante maravilla del planeta, por la gran afluencia de turistas.

SAN CRISTÓBAL

Una de las islas más antiguas de San Cristóbal y posee una impresionante infraestructura hotelera, restaurantes y bares .El islote León Dormido, la laguna de Junco y el cerro Tijeretas permiten a los turistas disfrutar de la magia de Galápagos.



Temperatura de 30 °C en marzo 19 °C.



El ceviche de canchalagua.

TUNELES DE LAVA

Es una formación geológica. Las dos enormes cavidades llamadas “Los Gemelos” son parte del pasado volcánico, las aguas cristalinas son ideales para el buceo.



Temperatura de 30 °C en marzo 19 °C.



El ceviche de canchalagua

Para todo el territorio ecuatoriano en el tiempo que vivimos, el Gobierno actual ha intensificado muchísimo: La Gastronomía en todas las provincias, incluso en la región Amazónica se preparan platos exquisitos de peces fluviales y de yuca.

3.2 ¿Cuáles son los puntos más relevantes del PIMTE (Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno del Ecuador)?

Para continuar con desarrollo de este interesante tema analizaremos los puntos más destacados del PLAN INTEGRAL DE MARKETING aplicado por el MINTUR, que son la base y el motor de la campaña que se ha realizado para incrementar el turismo interno, y misma que tiene el nombre de “Viaja Primero Ecuador”.

Los objetivos y Propósitos del PIMTE -2014 son:

- ✚ Aumentar el número de turistas y excursionistas nacionales por año y los movimientos de visitantes de fines de semana, feriados y vacaciones de los ecuatorianos
- ✚ Incentivar la inversión turística y prolongar la estadía del visitante interno.
- ✚ Generar fuentes de empleo y crecimiento económico tanto local, regional y de Nacional.
- ✚ Redistribuir los ingresos obtenidos por el turismo interno.
- ✚ Enfocar las ofertas de los paquetes turísticos, tomando en cuenta a los sectores olvidados, que son justamente, los de ingresos limitados y personas con discapacidades. Es ideal que estos grupos sean incluidos, para formar como país, una cultura de respeto, solidaridad y valores.

- ✚ Crear la imagen de “Mi país por descubrir” “Primero mi país”, es decir fomentar la marca Ecuador y crear el sentido de orgullo hacia lo nuestro.
- ✚ Posicionar a Ecuador como destino de Buen Vivir, por medio de los valores y aporte que cada ciudadano da al turismo, a su ciudad y al País; con sentido de pertenencia para los ecuatorianos.
- ✚ Ejecutar el liderazgo efectivo en la aplicación del marketing para el turismo interno, de esta manera fomentar, facilitar y cooperar, en la creación de planes de marketing regionales y locales y nacionales.
- ✚ Disminución de la estacionalidad y promoción de nuevos destinos para el turismo interno. Descubriendo y explotando las diferentes fiestas, atractivos poco conocidos y otros recursos que no son comúnmente mostrados a los turistas.

Podemos ver que los objetivos del PIMTE están enfocados a crear una marca llamada “ECUADOR” está dirigida a rescatar el turismo interno y mover las fichas que durante años han sido desaprovechadas por los gobiernos anteriores. Además pretenden aumentar el volumen de turistas internos a nivel nacional. Reducir el fenómeno de la estacionalidad turística a nivel nacional; es decir no enfocar el turismo a las playas como único destino vacacional, sino resaltar las diferentes actividades y bellezas que ofrecen las demás provincias del país durante todo el año y a su vez Impulsar a las poblaciones menos favorecidas que viven en condiciones de pobreza a realizar actividades de turismo de ocio y recreación como derecho ciudadano.

La campaña busca impulsar el turismo y para ello utiliza herramientas propias del marketing, que permite comunicar la esencia de este plan. Que como resultado pretende llegar a ser la opción número uno de los turistas internos al momento de planear sus vacaciones o viajes. (PRIMERO ECUADOR), para este efecto el plan comunica:

- ✚ Comunicar que Ecuador es un “Multi-destino que se enfoca en las familias, amigos
- ✚ Comunicar además que Ecuador tiene Cuatro Mundos bien diferenciados, que hace referencia a sus regiones, que por brindan diferentes atractivos y cualidades únicas para el turismo.
- ✚ Comunicar el concepto de sensaciones y experiencias, donde destaca al país como un sitio donde podemos encontrar todo para la recreación, paisajes y la experiencia de un conocer sitios que son únicos en el mundo.

Publicidad y Promoción:

- ✚ Aprovechamiento de espacios masivos de entretenimiento y transporte tales como sitios públicos, centros comerciales, terminales terrestres, aeropuertos, escuelas, colegios y universidades, celebraciones populares, sitios concurridos en los feriados.

- ✚ Convenios e intercambios con el sector público, empresas privadas y comunidades para la realización de campañas de promoción, como empresas de telefonía móvil, aerolíneas, tarjetas de crédito, casas comerciales y empresas de transporte terrestre. Parte de esta estrategia, es el convenio donde el gobierno cubre los gastos de publicidad, a cambio de incluir sitios turísticos que son parte de la campaña “Viaja primero Ecuador”.

- ✚ Campañas intensivas en temporadas bajas de turismo.

- ✚ Innovación de página web

- ✚ Uso de imágenes políticas, artistas y de renombre, para afianzar la imagen de la campaña y la veracidad de la misma.

- ✚ Lobby usando medios de comunicación masivos para que apadrinen el turismo interno.

- ✚ Creación de festivales y eventos: para la visita a destinos poco reconocidos en el territorio nacional.

3.3 ¿Qué estrategias variables se deben aplicar en el Mercado Interno y en el Producto Turístico?

Para poder plantear estrategias que mejoren el turismo interno, creo que debemos comenzar recalando que, la problemática a resolver en cuanto al turismo interno es:

¿Cómo lograr que el turista prefiera visitar destinos dentro de nuestro País, antes que viajar al exterior?

Para poder lograr este posicionamiento el MINTUR ha aplicado varias estrategias y ha realizado varios esfuerzos en Pro del crecimiento del turismo interno. Tales como:

- ✚ Realizar una fuerte promoción de los productos turísticos que se generan en los cuatro mundos. El patrón a seguir para la promoción es, que se promoverán los productos de otros mundos distintos al del mercado original.
- ✚ Mejoramiento y promoción de los destinos menos visitados del país: Esta estrategia busca resaltar la belleza de los sitios menos visitados. Además de mostrar que existen lugares diferentes a los habituales, que son también parte de la belleza del Ecuador.
- ✚ Segmentación demográfica del mercado, para ofertar de manera eficaz el producto turístico, dirigiendo los esfuerzos necesarios para cada segmento, como jóvenes, adultos, niños, tercera edad, etc.
- ✚ Diversificación de productos turísticos de Ecuador, respondiendo a los cambios tecnológicos e innovaciones, ajustando el producto a las nuevas necesidades de los turistas y a la satisfacer la búsqueda de nuevas sensaciones.
- ✚ Definir un presupuesto específico y detallado para cada producto turístico a promocionar por segmentos de turismo: Turismo tradicional, Turismo social y Excursionismo.

En cuanto a la imagen que proyecta Ecuador como producto turístico las estrategias aplicadas son:

- ✚ Expandir los usuarios de la marca turística a través de inducción y capacitación para preservar su imagen, y elementos que su mensaje permanente.
- ✚ Desarrollar un mensaje permanente para el mercado interno.

3.4 ¿Cuáles son los beneficios e impacto del Marketing aplicado por el MINTUR Y PIMTE en el turismo ecuatoriano a través de la campaña “Visita Primero Ecuador?”

La aplicación de esta campaña ha generado un sinnúmero de beneficios, comenzando con MINTUR – Ministerio de Turismo, que representa algo sumamente necesario e interesante, que funciona en nuestro país gracias a la revolución ciudadana ya que mandatarios anteriores pasaron por desapercibido la riqueza turística que posee nuestro Ecuador.

Por eso continúo: Leyendo y descubriendo la riqueza de los conocimientos, los mismos que son beneficiosos para este “Despertar Turísticos del Ecuador”; manteniendo fe y esperanza, porque la ciudadanía comenzó en el siglo XXI, a reconocer y apreciar la grandiosa validez del turismo nacional. Tengo seguridad, que toda esta Macro-planificación del Turismo contemporáneo, está brindando buenos resultados, tanto económicos y sociales.

El MINTUR mantiene estrechas relaciones, con las sub-agencias turísticas, ubicadas en cada una de las 24 provincias. Lo más importante radica: en que nuestro país es UNITARIO Y SOBERANO y cada una de las leyes de la constitución del 2008 son cumplidas y respetadas por los 15 millones de ecuatorianos.

El presente ensayo nos permite reconocer y analizar artículos de la constitución 2008, El artículo 1 expresa lo siguiente:

Art. 1.- El Ecuador es un es un Estado constitucional de derechos y justicia social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa prevista en la constitución.

Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

Este artículo enfoca con verdad y responsabilidad al suelo ecuatoriano, que a nivel de planeta es un verdadero “paraíso” lleno de biodiversidad, parques naturales y novedades patrimoniales. Posee también comunidades ancestrales y varios idiomas

autóctonos: quichua, shuar, cofán, woharani. Dueños también de valiosa artesanía, como por ejemplo: En el cantón Guano en Tungurahua, tenemos una exquisita artesanía en cuero. En Cuenca destacamos: la joyería, sombreros de paja toquilla, cerámica. En Gualaceo ponchos con IKAT, uno de ellos fue obsequiado al Papa Francisco en su visita al Ecuador, constituyendo un recuerdo turístico en telas.

Así también como parte de la cultura y la belleza del pensamiento de nuestros ecuatorianos me permito citar al poeta ecuatoriano, el Lcdo. Jorge Castillo Castro.

*“Ciudad de ríos y puentes,
Que engalanan el corazón,
Como ninfas en sus fuentes
¡De toda generación!*

*¡Oh Catedral de integridad!
Brindas el mejor testimonio...
¡Para Cuenca Patrimonio!
¡Símbolo de Fe y Eternidad!*

Todo este conjunto de valiosos atributos hacen de nuestro país un recurso que debemos aprovechar, en Pro del desarrollo de nuestra comunidad y del beneficio de las nuevas generaciones. Claro está que el crecimiento que ha tenido el turismo dentro del país ha generado una reestructuración dentro de las ciudades, recuperación de espacios verdes, regeneración de sitios olvidados, creación de nuevos atractivos turísticos; y como mencionar, un creciente interés por deportes extremos que se llevan a cabo en estos sitios turísticos y la recuperación de ciertas actividades deportivas que por mucho tiempo estuvieron dormidas, como lo es el ciclismo y la caminata.

El turismo actualmente, tiene una gran utilización con el idioma inglés, por obra del gigante de la tierra USA y precisamente en el turismo internacional, un ecuatoriano que visita China y no sabe mandarín, está presente el inglés como lengua básica. Esto ha creado un sentido de superación por parte de estudiantes y empresas por aprender nuevas lenguas y abrir oportunidades.

El impacto que tiene el marketing dentro del turismo interno radica en que ha creado la oportunidad poner en contacto al consumidor (turista) y a los proveedores del servicio, (agencias de viajes, alojamiento, sitios de diversión, restaurantes, novedades, espectáculos, transporte); generando un crecimiento e interés por el turismo interno. El marketing turístico en la campaña “Viaja Primero Ecuador” permitió que los ecuatorianos por primera vez conozcan su propio país, con la óptica y la ilusión que tendría un turista extranjero.

Las promociones, ferias, eventos, publicidad, técnicas visuales, colores de los logotipos, la publicidad en prensa, radio, y televisión y el single de la campaña, la frecuencia de publicidad y otras técnicas que se ha utilizado en la marca y la campaña. Han creado la imagen del “Ecuador Potencia Turística” en la mente de los ciudadanos. Que en vista de este orgullo y sentido de propiedad que se ha generado por medio de estos estímulos recibidos, propios del Marketing. Nos han permitido brindar y dar a conocer a Ecuador no solo a la gente propia del país, sino que también nos hemos dado a conocer fuera de él.

Es por esto que hemos podido evidenciar que en los últimos años el Ecuador ha sido galardonado con los siguientes premios y reconocimientos:

- ✚ Patrimonio Cultural de la humanidad/ UNESCO 1999
- ✚ No. 1 para visita y estadía en Latinoamérica/ STERN MAGAZINE 2008
- ✚ No. 1 Destino de Aventura/ REVISTA OUTSIDE TRAVEL AWARDS 2014
- ✚ No. 21 Destinos seleccionados por los viajeros en Latinoamérica/ TRIP ADVISOR 2012
- ✚ Premio “Jean Paul- L’allier”. Organización de ciudades del patrimonio mundial/ OCPM 2013.
- ✚ No. 1 Mejor Lugar del extranjero para retirados norteamericanos/ CNN MONEY, EEUU 2012
- ✚ No. 1 mejor mercado de flores al aire libre del mundo/ Plaza de las Flores Cuenca/ NATIONAL GEOGRAPHIC 2014.
- ✚ No. 49 Destinos Históricos/ NATIONAL GEOGRAPHIC 2008.
- ✚ Macizo del Cajas Reserva de Biosfera/ UNESCO 2013.
- ✚ No. 1 Mejor Lugar en el Mundo para Retirados/ INTERNATIONAL LIVING, 2009 – 2010 – 2011 – 2013.
- ✚ No. 1 Mejores ciudades del futuro- Costo beneficio/ FOREIGN DIRECT INVESTMENT 2013.

- ✚ TOP 10 ciudades a conocer en el Mundo/ LONELY PLANET 2010
- ✚ El Sombrero de Paja Toquilla como Patrimonio Cultural inmaterial de la Humanidad/ UNESCO 2012
- ✚ Qhapaq Ñan Patrimonio de la Humanidad/ UNESCO 2014.

Por otro lado el marketing ha movido esta campaña generando un movimiento millonario de personas que acuden a lugares turísticos dentro del País, motivados por vivir la experiencia propuesta por el MINTUR, y por el anhelo de conocer más de la cultura, gastronomía, arte y paisaje y encanto del Ecuador. Esto conlleva nuevos negocios y crecimiento de las Pymes y el PIB.

CONCLUSIONES:

Me permito en este espacio generar una serie de opiniones y observaciones que a mi criterio refuerzan lo expuesto durante el desarrollo de este tema.

- ✚ Según datos estadísticos expuestos por (www.optur.org) tenemos un promedio de 3'500.000 turistas, lo cual considero debe continuar creciendo para generar más rentabilidad al país.
- ✚ Con la Campaña podríamos generar convenios mucho más beneficiosos y ambiciosos, como la creación de parques temáticos que en otros países son fuente de ingresos y movimiento turístico.
- ✚ Creo que necesitamos promover la inversión extranjera, aprovechando el creciente número de extranjeros radicados en el país.
- ✚ El pilar del país es la educación, la cual ha recibido un giro en el gobierno del Economista Rafael Correa Delgado, considero que es fundamental aprovechar este medio, para insertar y crear la conciencia turística y amor al país en los estudiantes, con materias de turismo.
- ✚ La iniciativa de Taxi seguro, y el taxímetro son una herramienta de ayuda, equidad y buen trato al turista.
- ✚ Generar conciencia verde en el país, para dar paso al crecimiento global y preservación de nuestros recursos.
- ✚ Dar apoyo monetario o incentivo a los viajeros “mochileros” que son parte importante del turismo.

- ✚ Apoyo la producción nacional, que genera no solo empleo sino también convierte al país en transformador de materia prima y no solo exportador.
- ✚ El dinero extra generado por el turismo, puede ser invertido en salud, y otras áreas desatendidas, por esto motivo a crear la mejor cara de nuestro país, con valores y cortesía al turista.
- ✚ El incremento de fuerza laboral, genera a su vez mayores ingresos al IESS por motivo de aportes. Los cuales también sirven para financiar el país.

Concluyo este ensayo con la siguiente frase:

“Si no podemos ser una potencia militar y económica, podemos ser, en cambio una potencia cultural, nutrida de nuestras más ricas tradiciones”.

Benjamín Carrión.

BIBLIOGRAFÍA

- Historia del Reino de Quito (Juan de Velasco)
- Historia de la República del Ecuador (Federico González Suarez)
- Historia (Pedro Fermín Cevallos)
- Historia de Guayaquil (Cevallos García)
- Historia contemporánea del Mundo
- Argonautas de la Selva (Leopoldo Benítez Vinuesa)
- Poema: “Cuenca Patrimonio” (Lcdo. Jorge Castillo Castro)

Revistas:

- Viztazo
- Diners
- Rocinante
- Campaña de Lectura Eugenio Espejo
- Revista
- Turismo Cuenca

WEBGRAFÍA

http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

<http://www.turismo.gob.ec/tag/campana/>

<http://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/26000/630/1/T-ULEAM-021-0008.pdf>

http://ecuadoracolors.com/ed2014_jul/pages/nac41.html

<http://www.eumed.net/rev/turydes/17/turismo-interno.html>

<http://www.optur.org>

<http://viajaprimeroecuador.com.ec/>