

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Alternativas estratégicas para la promoción turística del Cantón La Troncal

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Administración de Empresas

Presentado por:

Gabriela Nicole Chiquito Toala

Kevin Aldair Muthre Larrea

Guayaquil - Ecuador

Año: 2022

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a Dios por su guía en cada etapa de mi vida y a mis padres, Vicente Chiquito y Rosa Toala, quienes me dieron la vida y me han brindado su apoyo incondicional en cada una de las metas que me he propuesto en la vida, sin ellos nada de esto hubiera sido posible.

Gabriela Nicole Chiquito Toala

Me gustaría dedicar este logro a Dios por permitirme llegar hasta aquí; a mis padres, quienes me han brindado su apoyo en todo este camino, a mi hermana Ivanna, al resto de mi familia y amigos que estuvieron presentes en este proceso.

Kevin Aldair Muthre Larrea

Agradecimientos

Le agradezco a Dios por cruzar en mi camino a gente maravillosa y amigos que me motivaron a seguir adelante con mis sueños. Gracias al M.Sc. Adrián Choez y a la M.Sc. Nancy Salvador quienes me motivaron a aplicar en Espol en mi último año del colegio. Además, a los docentes de la universidad que compartieron sus conocimientos en cada una de las clases conmigo. Por otra parte, agradezco al PhD. Ronald Campoverde por su guía en el desarrollo de nuestro trabajo. Por último, a Kevin Muthre por acompañarme en toda mi etapa universitaria y realizar este trabajo conmigo.

Gabriela Nicole Chiquito Toala

Quiero dar gracias a Dios por darme la oportunidad de terminar una etapa más de mi vida profesional, por darme sabiduría y fuerzas para cumplir mis objetivos. Gracias a mis padres quienes no dejaron de confiar en mí y me otorgaron siempre su apoyo incondicional. Gracias a mi hermana Ivanna por siempre estar presente en cada instante, que espero ser ejemplo para su vida. Gracias a mis amigos que me han acompañado en este camino. Gracias a cada uno de los profesores por sus experiencias y conocimientos en cada materia. Finalmente, quiero dar gracias a Gabriela Chiquito, por ser mi compañera en esta etapa universitaria y mi compañera en este proyecto.

Kevin Aldair Muthre Larrea

Declaración expresa

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; Gabriela Nicole Chiquito Toala y Kevin Aldair Muthre Larrea damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”.



Gabriela Chiquito T.



Kevin Muthre L.

Evaluadores

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a final flourish on the right side.

Ronald Campoverde Aguirre PhD.
PROFESOR TUTOR

Resumen

El objetivo de este proyecto es proponer alternativas estratégicas enfocadas en la promoción del cantón La Troncal para que pueda posicionarse como un destino de turismo alternativo, considerando las características y atractivos turísticos que posee este cantón, lo cual será de gran beneficio para el desarrollo económico de sus habitantes y actores involucrados en estas áreas. Para el desarrollo del proyecto se aplicaron tipos de investigación cualitativa y cuantitativa. Se realizó un análisis documental de trabajos anteriores o relacionados al Cantón La Troncal, además un *focus group* con 8 personas que han visitado La Troncal en dos sesiones, esto para conocer acerca de su percepción del cantón y la efectividad de las promociones. También se entrevistaron a 3 expertos en el área, a la persona encargada de la promoción turística del cantón La Troncal, a un experto en promoción turística y a alguien experto en de estrategias de marketing digital. De igual manera, se realizaron encuestas a 200 turistas ecuatorianos que viven en las principales ciudades del país con el de fin conocer acerca de su percepción del cantón La Troncal, esto para identificar en qué tipo de turismo se encuentra posicionado actualmente referente a sus competidores. Con los resultados se elaboró un mapa de posicionamiento en donde se obtuvo que el cantón La Troncal no es reconocido como un cantón en donde la naturaleza y la aventura predominen, así mismo, se elaboró también una matriz de perfil competitivo de las principales características a evaluar junto a los competidores de La Troncal. Finalmente, con el análisis FO-FA-DO-DA se pudo determinar las posibles estrategias de promoción que beneficiarían al cantón La Troncal para posicionarse como un turismo alternativo.

Palabras Clave: promoción turística, turismo alternativo, estrategias.

Abstract

The objective of this project is to propose strategic alternatives focused on the promotion of the canton La Troncal so that it can position itself as an alternative tourism destination, considering the characteristics and tourist attractions that this canton possesses, which will be of great benefit for the economic development of its inhabitants and actors involved in these areas. For the development of the project, qualitative and quantitative types of research were applied. A documentary analysis of previous works related to the canton of La Troncal was carried out, as well as a focus group with 8 people who have visited La Troncal in two sessions, to learn about their perception of the canton and the effectiveness of the promotions. We also interviewed 3 experts in the area, the person in charge of tourism promotion in the canton of La Troncal, an expert in tourism promotion and an expert in digital marketing strategies. Similarly, surveys were conducted to 200 Ecuadorian tourists living in the main cities of the country in order to know about their perception of the canton La Troncal, this to identify what type of tourism is currently positioned in relation to its competitors. With the results, a positioning map was drawn up showing that the canton of La Troncal is not recognized as a canton where nature and adventure predominate; likewise, a competitive profile matrix of the main characteristics to be evaluated together with La Troncal's competitors was also drawn up. Finally, with the FO-FA-DO-DA analysis, it was possible to determine the possible promotional strategies that would benefit the canton of La Troncal to position itself as an alternative tourism destination.

Keywords: tourism promotion, alternative tourism, strategies.

Índice general

| | |
|--|-----|
| Resumen | I |
| Abstract | II |
| Índice general | III |
| Índice de figuras | V |
| Índice de tablas | V |
| Capítulo 1 | 1 |
| 1. Introducción | 2 |
| 1.1. Planteamiento del Problema | 5 |
| 1.2. Justificación del problema | 6 |
| 1.3. Objetivos | 7 |
| 1.3.1 Objetivo general | 7 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 7 |
| 1.4. Marco Teórico | 7 |
| 1.4.1 Turismo | 7 |
| 1.4.2 Sistema turístico | 8 |
| 1.4.3 El posicionamiento como factor clave para el desarrollo turístico | 10 |
| 1.4.4 La evolución del marketing como una estrategia clave para la promoción turística | 11 |
| Capítulo 2 | 12 |
| 2. Metodología | 13 |
| 2.1. Población | 13 |
| 2.2. Técnica de muestreo y muestra | 13 |
| 2.3. Instrumento de Levantamiento de Datos | 14 |
| 2.4. Técnica de Levantamiento de Datos | 15 |
| 2.5. Técnica de Análisis de Datos | 15 |
| Capítulo 3 | 17 |

| | |
|---|----|
| 3. Resultados y análisis | 18 |
| 3.1. Mapa de posicionamiento | 19 |
| 3.2. Matriz de perfil competitivo (MPC) | 20 |
| 3.3. Análisis FODA | 22 |
| 3.4. Análisis FO-FA-DO-DA | 24 |
| 3.5. Alternativas estratégicas | 25 |
| Capítulo 4 | 26 |
| 4. Conclusiones y recomendaciones | 27 |
| 4.1. Conclusiones | 27 |
| 4.2. Recomendaciones | 28 |
| Referencias | 29 |
| Apéndices..... | 32 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1.1 Ubicación del Cantón La Troncal | 3 |
| Figura 1.2 Modelo de sistema turístico propuesto por Sergio Molina | 9 |
| Figura 3.1 Mapa de posicionamiento turístico | 19 |
| Figura 3.2 Gráfico radial de la matriz de perfil competitivo | 21 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1.1 Tipos de Turismo que ofrece el Cantón La Troncal | 4 |
| Tabla 1.2 Tipos de turismo según OMT | 8 |
| Tabla 2.1 Muestra de Análisis | 13 |
| Tabla 3.1 Matriz de Perfil Competitivo..... | 20 |
| Tabla 3.2 Análisis FODA del cantón La Troncal | 22 |
| Tabla 3.3 Análisis FO-FA-DO-DA del cantón La Troncal..... | 24 |

Capítulo 1

1. Introducción

En los últimos años el turismo en Ecuador se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a escala nacional, contribuyendo con el 10,2% del Producto Interno Bruto (Banco de Desarrollo del Ecuador, 2022). Con ello, el turismo se ubica como la cuarta fuente de ingresos no petroleros para la nación (Ministerio del Turismo del Ecuador, 2022). Como actividad económica y sociocultural, el turismo es de los rubros de generación de divisas más significativos, al punto que ha llegado a constituirse como un sector estratégico representando la cuarta actividad en importancia económica (Ministerio del Turismo, 2014). Por otra parte, el turismo no es sólo una fuente de ingresos, sino que también es un generador de empleo el cual en el Ecuador representa cerca de medio millón de empleos directos y una cifra similar en empleos indirectos, dinamizando con esto la economía nacional (Garrido, 2020). Por cada empleo directo que se genera en turismo, se crea entre 6 y 3 puestos de empleo indirecto (Guzmán, 2014).

El desarrollo turístico se ha convertido en un pilar fundamental para la comercialización de los ciudades y cantones e impulsor del crecimiento y desarrollo económico en los últimos años (Ministerio del Turismo, 2016). Hay ciudades o cantones que han logrado con éxito posicionarse tanto local como internacionalmente con atractivos turísticos en base a sus recursos naturales e infraestructura, sin embargo, también hay muchos pequeños cantones los cuales no han podido potenciar esto hasta el día hoy, debido a que, según estudios, se observó que las estrategias turísticas de promoción en estos lugares han sido limitadas, debido a su realización empírica o por la solicitud emergente de las autoridades de turno de realizar una u otra actividad (Poveda, 2018).

Este estudio se centrará en el cantón La Troncal, el cual está ubicado en la zona costanera de la provincia del Cañar. En el censo de 2010 tenía una población de 35.259 habitantes, lo que la convierte en la trigésima octava ciudad más poblada del país. Además,

esta es conocida como la capital económica de su provincia dado a que es un importante motor de la economía local y provincial gracias sus actividades agrícolas (Ministerio del Turismo, 2020).

Figura 1.1

Ubicación del Cantón La Troncal



Nota. Figura obtenida de Google Maps (2023)

Por su nombre, una troncal es una carretera principal que conecta dos ciudades. De esta manera, el cantón La Troncal, ha sido un importante conector entre las regiones de la costa y sierra convirtiéndola así en un lugar de tránsito, además de tener una destacada intensidad comercial que en ella se genera gracias a esta (Prefectura Cañar, 2013). Además, sus alrededores ostentan de belleza natural que se puede apreciar en sus balnearios de aguas termales rodeados de montañas, ríos y establecimientos de relajación, recreación, abrazados por la flora y la fauna silvestre.

La Municipalidad de La Troncal ha hecho grandes esfuerzos en inversión de obras públicas para la restauración y creación de infraestructura turística que permitan el desarrollo, productividad e impulso del turismo (Banco de Desarrollo del Ecuador, 2017). La promoción turística es de gran importancia ya que incentiva la llegada de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población (Kohls, 2017).

Los atractivos turísticos de este cantón en definitiva destacan por su naturaleza y su clima subtropical, los cuales llaman a visitantes de regiones de sierra y costa, de igual forma cuenta con comercios de recreación y diversión generados a través de la naturaleza, muchos de estos atractivos turísticos naturales tienen historias que contar. Por ello, el GAD Municipal de la Troncal a través de su página web ha definido diferentes tipos de turismo que se puede realizar en el sitio. (Véase Tabla 1.1)

Tabla 1.1

Tipos de Turismo que ofrece el Cantón La Troncal

| | | | |
|------------------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| Turismo de Naturaleza (Ecoturismo) | | Turismo Gastronómico | |
| - | Cascadas de Cochancay | - | Carne asada |
| - | Ruta carretero viejo | - | Guatita |
| - | Bosque Manta Reak | - | Caldo de gallina |
| - | Ruta de las orquídeas | - | Caldo de bolas |
| - | Ruta del cacao | - | Ceviche de camarón |
| | | - | Cangrejo |
| | | - | Bollos de pescado y camarón |
| Turismo de Aventura | | Turismo Medicinal | |
| - | Parapente | - | Yanayacu |
| - | Canoping | | |
| - | Canyoning | | |
| - | Escalada – Rapel | | |
| - | Down Hill | | |
| Turismo Religioso | | Turismo Artesanal | |
| - | Iglesia Virgen de la Nube | - | Muebles rústicos |
| - | Iglesia San Pablo | - | Talleres artesanales de carrocerías |
| - | Iglesia del Divino Niño | - | Artesanías de chanta |
| Turismo Arqueológico | | Fiestas Tradicionales | |
| - | Museo La Puntilla | - | Fiestas de Cantonización |
| | | - | Fiestas de carnaval |

Nota. Información obtenida de la página web del GAD Municipal de La Troncal (2023)

Sin embargo, el gobierno local ha decidido en los últimos años convertir a La Troncal en un paradero turístico a través del turismo alternativo por medio del turismo de aventura y ecoturismo, gracias a las actividades que se pueden realizar y la diversidad de aguas termales, ríos, bosques húmedos y bosques secos, entre otros atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la zona. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal La Troncal, 2016)

De acuerdo con Sánchez E. (2019) el turismo en el cantón La Troncal ha incrementado considerablemente, debido a la implementación de nuevas empresas hoteleras y restaurantes. De esta manera son más los visitantes que han llegado a este cantón sintiéndose atraídos por conocer y disfrutar de los atractivos turísticos naturales que el cantón y su comunidad puede ofrecer. Los principales beneficiarios de la promoción turística del Cantón La Troncal son los hoteles, bares, balnearios, restaurantes, pista de eventos y las agencias de viajes.

La promoción turística en La Troncal es un factor de gran importancia ya que incentiva la llegada y estadía de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población (Kohls, 2017). Actualmente, algunas las estrategias de promoción implementadas por varios cantones del Ecuador no han sido lo suficientemente eficaces para cumplir los objetivos turísticos y el cantón La Troncal no es la excepción. A pesar de que La Troncal ha aumentado la afluencia de turistas este no ha generado aún un gran impacto en la economía del cantón debido a que la mayoría de sus turistas son de la localidad o de sus alrededores, debido a que sus estrategias de promoción turística no han tenido un alcance significativo fuera de su provincia. Según Ana Bustamante (2022), directora encargada de la promoción turística de La Troncal, los turistas que llegan a este cantón provienen en su mayoría de la ciudad de Cuenca, Guayaquil y Quito.

1.1. Planteamiento del Problema

El turismo en los cantones actualmente en su mayoría no tiene un gran impacto en su desarrollo económico, pocos son los cantones que han establecido estrategias de promoción

turística de acuerdo con los recursos y su diferenciación frente a otros cantones. La Troncal, es uno de estos en los que durante los años han ido mejorando su infraestructura turística en función de los diferentes GAD's Municipales, debido a que el desarrollo del turismo es un área de importancia para el sector, ya que parte de su comunidad está dedicada a actividades turísticas.

Uno de los principales objetivos de la municipalidad del cantón es el aumento de la cantidad de turistas que llega a visitar La Troncal y sus alrededores, se ha identificado que una de las razones por la cual el turismo no ha tenido un impacto mayor es debido a que no existe una continuidad en las estrategias de promoción turística lo cual incide como un factor importante al posicionar a La Troncal como un destino turístico alternativo tomando en consideración sus atractivos turísticos y las diferentes actividades que se pueden realizar en estos.

Sin embargo, los resultados no han sido los esperados por lo que La Troncal aún no logra una diferenciación entre los cantones que poseen características y atractivos naturales similares. Con este proyecto se busca encontrar cuales son las estrategias que podrían lograr que el cantón La Troncal pueda posicionarse como un destino de turismo alternativo.

1.2. Justificación del problema

Para que un cantón pueda posicionarse como un destino turístico alternativo en Ecuador, se deben establecer estrategias efectivas de promoción y posicionamiento, ya que permiten llevar una continuidad y medición de los resultados obtenidos a través del tiempo. Este proyecto podrá ser una guía para el siguiente gobierno del GAD Municipal que está próximo a elecciones para la promoción turística de La Troncal.

Tratar este problema generará beneficios y ventajas competitivas para el cantón La Troncal, ya que contribuirá a su economía y mejorará la calidad de vida de sus pobladores,

pero no solo se aumentaría la afluencia de turistas en el cantón La Troncal, también se verán beneficiados los demás cantones de la provincia de Cañar.

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Proponer alternativas estratégicas para la promoción de La Troncal con el fin de posicionarse como un destino de turismo alternativo para el desarrollo económico de sus habitantes y actores beneficiarios de esta actividad.

1.3.2 Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico de la situación turística actual del cantón La Troncal a través de un análisis FODA.

Analizar la efectividad de la promoción de La Troncal para darse a conocer como un destino turístico alternativo.

Generar un reporte de estrategias enfocadas en la promoción de La Troncal como un destino que ofrece turismo alternativo.

1.4. Marco Teórico

1.4.1 Turismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo está conformado por tres pilares, el entorno social, cultural y económico, y constituye el desplazamiento de las personas a países o lugares que estén fuera de su entorno, sean estos motivados por asuntos personales, profesionales o de negocios (Organización Mundial del Turismo, 2022).

Asimismo, la OMT (2019) establece varios tipos de turismo de acuerdo con su motivo de viaje. Para la investigación se procederá a enfocarse en los más relacionados con el cantón La Troncal.

Tabla 1.2*Tipos de turismo según OMT*

| Tipos de Turismo | |
|-----------------------------|--|
| Turismo Cultural | La principal motivación de quien visita el lugar es aprender, descubrir, experimentar y consumir de los atractivos o productos culturales, materiales e inmateriales. |
| Ecoturismo | Las principales motivaciones del turista son poder observar, aprender y apreciar la diversidad biológica y cultural del lugar. |
| Turismo rural | Destacan las actividades de naturaleza, agricultura y las culturas rurales. |
| Turismo de aventura | Son actividades al aire libre en donde impliquen algo de riesgo o que se requiera de un esfuerzo físico. Un ejemplo de esto es el alpinismo, navegación en kayak, entre otros. |
| Turismo de salud | Las actividades que se realicen en el lugar tienden a ser atractivas para los visitantes debido a que esperan satisfacer sus necesidades y mejorar su salud. |
| Turismo gastronómico | Experiencia relacionada con la comida y actividades afines. También, implica realizar actividades como visitar los productores locales, festivales gastronómicos y clases de cocina. |
| Turismo de montaña | Actividad turística que tomar lugar en un espacio geográfico tal como son las colinas o montañas. En estas actividades destacan las de ocio y deportes al aire libre. |
| Turismo deportivo | Actividad turística en donde la experiencia del turista va a ser a través de la observación o la participación en eventos deportivos. |

Nota. Información obtenida de la Organización Internacional del Turismo (2022)

Por otra parte, de acuerdo con Zamorano (2008), el turismo alternativo permite vivir experiencias únicas, irrepetibles, personales que pueden realizarse en un entorno de calidad. Estas actividades son realizadas en contacto con la naturaleza y con la cultura del lugar. En otras palabras, es la integración, del ecoturismo y el turismo de aventura.

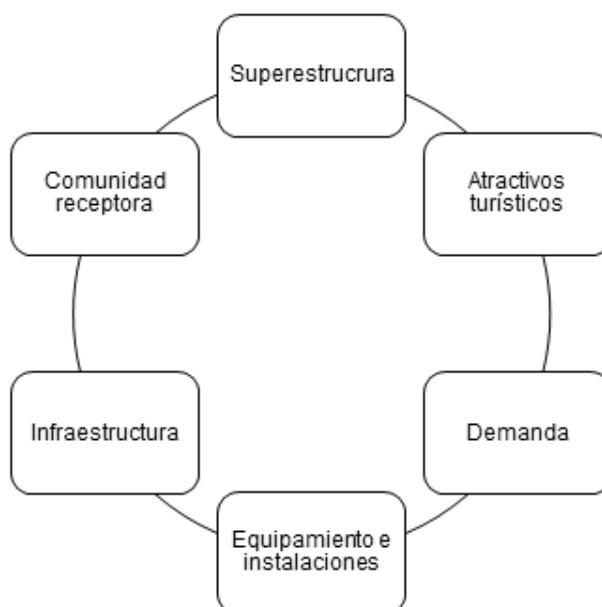
1.4.2 Sistema turístico

El diagnóstico turístico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística (oferta y demanda) del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar (Ricaurte, 2009). Es precisamente el sistema turístico de Sergio Molina, el que se ha tomado como base para diseñar la metodología de diagnóstico turístico local. El sistema turístico es de tipo abierto, porque tiene fuerte relación con el ambiente

(Varisco, 2013). Este es considerado como el más apropiado ya que toma en cuenta a la comunidad receptora y a las organizaciones de apoyo al turismo (Ricaurte, 2009). Este sistema está compuesto por seis elementos que persiguen un objetivo en común:

Figura 1.2

Modelo de Sistema Turístico



Nota. Elaboración propia en base al modelo propuesto por Sergio Molina (2008).

A continuación, se definen cada uno de estos elementos:

- **Superestructura:** Son los organismos de orden público y privado que representan y contribuyen en el sector del turismo.
- **Atractivos turísticos:** Son los lugares que generan el interés turístico por parte de sus visitantes debido a sus atributos naturales y culturales.
- **Infraestructura:** Es el conjunto de elementos como vías de comunicación para el traslado de visitantes hacia el destino y los servicios necesarios para la instalación de estos.

- Equipamiento e instalaciones: Es el conjunto de inmuebles como hotelería, agencia de viajes y restaurantes fundamentales para la estadía del turista y complementario para la satisfacción de este.
- Demanda: Son los turistas quienes consumen los productos turísticos que puede ofrecer un destino.
- Comunidad receptora: Se refiere a los residentes locales que intervienen de manera directa e indirecta en la estadía de los turistas, los cuales obtienen beneficios tanto económicos como sociales.

El proceso de diagnóstico situacional turístico tiene como objetivo identificar los factores positivos y negativos que inciden en la actividad turística del destino, de esta manera ayuda a determinar las oportunidades y limitaciones de desarrollo con el fin de determinar estrategias y metodologías para la toma de decisiones, este se puede realizar a través de la matriz FODA y FO-FA-DO-DA.

1.4.3 El posicionamiento como factor clave para el desarrollo turístico

Según Kotler y Armstrong (2017) el posicionamiento es la posición del producto y es la forma en que los consumidores definen el producto en términos de sus características importantes: el lugar que ocupa el producto en la mente del consumidor, su relación con los productos de la competencia.

De acuerdo con Arguedas (2005) menciona que para el posicionamiento de una organización se debe: primero, identificar el conjunto de ventajas competitivas posibles sobre las cuales construir una posición. Luego, seleccionar ventajas competitivas correctas y escoger una estrategia general de posicionamiento. Por último, la empresa deberá comunicar y presentar eficazmente al mercado la posición escogida.

Por otra parte, para el logro del posicionamiento deseado es fundamental la identificación del lugar que ocupa el producto-marca en la mente de su segmentación meta, el

análisis del contexto y el mercado en el que participa y tomar en consideración la triada (organización – cliente – competidores) (Urbina, 2020).

1.4.4 La evolución del marketing como una estrategia clave para la promoción turística

El mercado global de turismo, al igual que otros mercados globales, es cada vez más competitivo y centrado en los clientes (Yasin, 2004) En los últimos años, se ha ido evolucionando la orientación de las técnicas de ventas y comercialización, de esta manera el Marketing ha tomado forma siendo un factor de importancia para el logro de los objetivos. De esta manera en el contexto turístico mundial ha ido moldeando el mercado para lograr la supervivencia, dado que las actividades turísticas están consideradas dentro de un sistema abierto en donde intervienen diferentes componentes, las cuales por cada acción tomada genera consecuencias directas e indirectas (Medaglia, 2009).

Por ello, hoy en día tenemos conceptos como marketing de destinos turísticos, el cual se considera dentro de este estudio. El marketing de destinos se refiere a la aplicación de técnicas de marketing tradicionales cuyo objetivo es la atracción de visitantes a un lugar geográfico específico, ya que surge de la necesidad de incrementar las visitas de una zona y a su vez beneficiar de manera directa o indirecta a la comunidad, por lo tanto, uno de los objetivos es convencer al turista a donde ir (Vela, 2020).

El marketing de destinos turísticos utiliza técnicas propias del marketing tradicional, con énfasis en la promoción de ubicaciones geográficas. Como tal, naturalmente está sujeto a los mismos procedimientos: investigación y estrategia de mercado, análisis de ventas y, con el auge de las redes sociales en las últimas dos décadas, posicionamiento digital. La razón es simple: el acceso a internet y las redes sociales pueden influir en las decisiones de los viajeros de hoy, que quieren experimentar en lugar de viajar, recibir un servicio personalizado y tener la posibilidad de compartir sus experiencias en tiempo real (Tourism Management School, 2021).

Capítulo 2

2. Metodología

En esta sección se presenta la metodología que utilizó para el desarrollo de este proyecto, en donde se detallan los sujetos de estudio, las técnicas e instrumentos de investigación que se llevó a cabo, además de las herramientas para el análisis de los datos obtenidos.

2.1. Población

Para definir la población de estudio, se tomó a las personas que viajan fuera su ciudad de domicilio, turistas. De igual forma, se entabló entrevistas con expertos que conocen acerca de la situación actual de La Troncal, así como con los miembros del GAD Municipal encargados de la promoción del cantón.

2.2. Técnica de muestreo y muestra

El estudio se realizó a tres diferentes segmentos con el fin de levantar información de diferentes enfoques estratégicos sobre el turismo en el cantón La Troncal, los cuales se detallan a continuación. Para la selección de la muestra se utilizó el método no probabilístico por conveniencia, la cual fue utilizados en las encuestas.

Tabla 2.1

Muestra de Análisis

| Grupo de interés | Limitación | Enfoque | N° Personas |
|-------------------------|--|--------------------------|--------------------|
| Turista | Personas que hayan visitado La Troncal en el año 2022. | Percepción turística | 200 |
| GAD Municipal | Encargado del área de promoción turística en el Cantón La Troncal. | Administración | 1 |
| Experto | Profesionales en el sector de marketing turístico y comunicación en redes sociales o sitios web. | Marketing y comunicación | 2 |
| Total | | | 203 |

Nota. Elaboración propia.

2.3. Instrumento de Levantamiento de Datos

Para el primer grupo de interés, el turista, se realizó un cuestionario de 21 preguntas abiertas con el objetivo de con el fin de conocer y entender sobre los gustos, actitudes, intereses, motivaciones de visita, necesidades, percepción del cantón La Troncal y su diferenciación de otros cantones. Por otro lado, también se realizó un cuestionario de 19 preguntas cerradas dirigido a aquellas personas que residen en las principales ciudades del país, el cual fue distribuido a través de encuestas, fue estructurada de tal manera que se pueda obtener información objetiva para conocer acerca de la percepción que tienen los turistas del cantón La Troncal, identificar como está actualmente posicionado entre los turistas y evaluar las estrategias de comunicación para promocionar los atractivos turísticos del cantón.

Por otra parte, para el grupo de interés, el GAD Municipal de La Troncal, se realizó un cuestionario de 18 preguntas abiertas dirigido al área encargada de la promoción turística del cantón. El objetivo del cuestionario fue la obtención de información específica acerca de la situación actual La Troncal dentro del marco del GAD Municipal, conocer acerca de los cambios que ha tenido el cantón durante los últimos años, así como los objetivos e ideas que tienen los encargados de la promoción para el futuro de La Troncal, los desafíos que enfrenta el departamento de promoción turística.

También, con el grupo de interés, los expertos en el área de marketing y turismo, para obtener información objetiva y profesional se realizaron dos cuestionarios respectivamente para cada área con preguntas abiertas, los cuales permitió obtener opiniones profundas sobre las estrategias de promoción de comunicación y marketing que habrían estado llevando a cabo el departamento del departamento de promoción turística del GAD Municipal de La Troncal.

Finalmente, otro de los instrumentos aplicados fue una guía de observación diseñada con el fin de información secundaria acerca de los principales canales de comunicación de los cantones. Este instrumento nos permitió analizar las características básicas que posee La Troncal y sus cantones competidores, se tomó como referencia a Bucay, El Triunfo y Naranjal.

En esta guía se tomaron aspectos como la distancia desde las principales ciudades del país hasta el cantón analizado, los atractivos turísticos que posee cada uno, clima y el manejo de las páginas web oficiales de cada cantón.

2.4. Técnica de Levantamiento de Datos

Para el levantamiento de datos, primero se realizó un análisis documental para saber más acerca de la situación actual de La Troncal a través de investigaciones realizadas por expertos en artículos, repositorios universitarios, informes y consultorías de expertos.

Por otra parte, para el grupo de interés de turistas, se realizaron dos sesiones de *focus group* con 10 personas en total, los cuales hayan visitado el cantón La Troncal en el último año, 2022. Estas sesiones fueron realizadas el 5 y 6 de diciembre del 2022, por medio de la herramienta de Zoom (videoconferencias virtuales). Para complementar y contrastar la información obtenida del *focus group*, se realizó una encuesta por medio de la herramienta Forms (encuesta online) a los turistas la cual permitió obtener una cantidad de datos significativa para el análisis del estudio.

Adicionalmente, para tener una visión más clara y amplia sobre las estrategias que ha venido implementando La Troncal, se realizaron entrevistas a profundidad por medio de Zoom para obtener diferentes enfoques de información. Primero, se realizó la entrevista a la encargada de la promoción turística del cantón, Ana Bustamante. Segundo, se realizó una entrevista a un experto en promoción turística para evaluar al cantón La Troncal como un destino de turismo alternativo. Por último, se entrevistó a un experto en marketing digital para evaluar los diferentes medios de comunicación digital (página web y redes sociales) para la promoción de los diferentes tipos de turismo que ofrece el cantón.

2.5. Técnica de Análisis de Datos

Para el análisis de datos obtenidos, se tomó en cuenta un análisis cualitativo con el objetivo de interpretar la información recopilada por las técnicas previamente realizadas. De

esta forma, se realizó un mapa de posicionamiento para definir en qué tipo de turismo se encuentra el cantón La Troncal actualmente frente a sus competidores.

De igual forma, se realizó un análisis a través de la matriz de perfil competitivo con el fin de calificar los atributos más importantes que ostenta cada cantón para poder llegar a captar la atención de los turistas. Por último, se realizó un análisis FO-FA-DO-DA, con el propósito de establecer estrategias que puedan mejorar a La Troncal a posicionarse como un turismo que lo pueda destacar del resto de cantones.

Capítulo 3

3. Resultados y análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos del *focus group* realizado por turistas que han visitado el cantón indicaron La Troncal es reconocido como un cantón de tránsito debido a que conecta la región de la costa y la sierra, además, mencionaron que dentro de su visita momentánea dentro del cantón no se visualizó ninguna promoción acerca de los atractivos turísticos que puede ofrecer. También, ciertos miembros del grupo acotaron que sí conocían ciertos atractivos turísticos debido a recomendaciones de amigos o familiares que ya habían visitado el lugar anteriormente. De esta manera, se puede decir que la promoción de los atractivos turísticos del cantón se maneja a través del boca a boca.

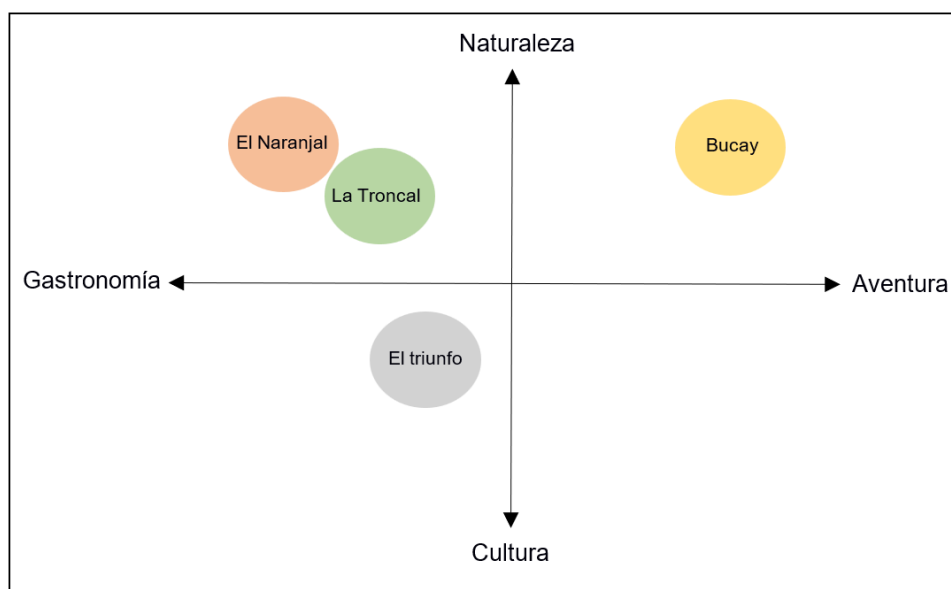
La mayoría de los integrantes del grupo de estudio estuvieron de acuerdo en que la página web del cantón La Troncal no es la más práctica para promocionar los atractivos turísticos, y que, cantones como Bucay o El Triunfo, su sitio web los incentiva más a visitar el lugar. No obstante, mencionaron que reconocen al cantón La Troncal como un cantón con dotes de naturaleza debido a su ubicación y clima que lo favorece, pero que no se promocionan sus atractivos turísticos de una manera en que quienes visiten el sitio o pasen por allí se sientan motivados para conocer más acerca del cantón La Troncal.

3.1. Mapa de posicionamiento

De acuerdo con las encuestas realizadas a turistas nacionales el cantón La Troncal está posicionado como un lugar donde se puede realizar turismo de naturaleza y gastronómico, así mismo como El Naranjal, el cual está asociado principalmente por sus nombres y visitas eventuales que han realizado hacia estos lugares, ubicándolos en el mismo cuadrante. Por otra parte, el cantón de Bucay está bien posicionado dentro de la mente de los turistas como un destino de naturaleza y aventura gracias a sus conocidas cascadas y deportes extremos que se pueden realizar en ellas. En contraste con La Troncal, que a pesar de poseer atractivos naturales similares al cantón Bucay, no se ha destacado por el turismo de aventura que ofrece, sino que por su naturaleza y gastronomía que se puede degustar en sus carreteras o centro.

Figura 3.1

Mapa de posicionamiento turístico



Nota. La elaboración fue en base a las encuestas realizadas por los turistas.

3.2. Matriz de perfil competitivo (MPC)

Para analizar las características que toman en cuenta los turistas al momento de visitar un cantón, se tomó los factores claves que se muestran en la siguiente tabla. De esta manera se otorgará una calificación para determinar cuáles son los más importantes para los turistas.

Tabla 3.1

Matriz de Perfil Competitivo

| MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------------|----------------|--------------------|----------------|---------------|----------------|-------------------|----------------|
| Cantones | Peso | La Troncal | | El Naranjal | | Bucay | | El Triunfo | |
| Factores claves | | Rating | Puntaje | Rating | Puntaje | Rating | Puntaje | Rating | Puntaje |
| Manejo de páginas y redes sociales | 15% | 1 | 0,15 | 2 | 0,3 | 3 | 0,45 | 2 | 0,3 |
| Promoción por medio de operadoras turísticas | 15% | 1 | 0,15 | 1 | 0,15 | 4 | 0,6 | 1 | 0,15 |
| Posicionamiento del mercado | 11% | 2 | 0,22 | 2 | 0,22 | 3 | 0,33 | 2 | 0,22 |
| Infraestructura | 12% | 2 | 0,24 | 2 | 0,24 | 3 | 0,36 | 2 | 0,24 |
| Conectividad | 10% | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 |
| Atractivos turísticos | 15% | 3 | 0,45 | 3 | 0,45 | 4 | 0,6 | 2 | 0,3 |
| Ubicación geográfica | 10% | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 2 | 0,2 |
| Condiciones naturales del entorno | 12% | 3 | 0,36 | 3 | 0,36 | 3 | 0,36 | 3 | 0,36 |
| | 100% | | 2,17 | | 2,32 | | 3,3 | | 2,07 |

Nota. La elaboración fue en base a las encuestas realizadas por los turistas y a través de aplicación de la guía de observación de competidores.

Figura 3.2*Gráfico Radial de La Matriz de Perfil Competitivo*

De acuerdo con los resultados, se puede observar en la Figura 3.2 que el cantón Bucay posee una ventaja competitiva en los factores claves con respecto a los demás cantones. Asimismo, el cantón La Troncal evidencia una carencia en estas características en relación con los cantones vecinos que son su competencia directa, la más importante actualmente es el Naranjal. Sin embargo, el cantón El Triunfo es quien menor calificación tuvo en esta comparación por lo que ahora no es una competencia directa con La Troncal. En definitiva, Bucay es el cantón que mejor puntuación en los factores claves propuestos.

3.3. Análisis FODA

Para este análisis se ha tomado en consideración los resultados obtenidos por medio de las entrevistas, encuestas y consultas a expertos relacionados con el turismo y marketing digital.

Tabla 3.2

Análisis FODA del cantón La Troncal

| Fortalezas | Debilidades |
|---|---|
| F1. Posee una ubicación estratégica, es un conector entre las regiones de la costa y sierra. | D1. Discontinuidad o abandono de proyectos de promoción turística del cantón. |
| F2. Proximidad de ciudades emisoras de turismo tales como: Guayaquil y Cuenca. | D2. El equipo encargado del departamento de promoción turística está conformado por tres personas. |
| F3. Variedad de atractivos naturales como balnearios, senderos, bosques, etc. | D3. El departamento de promoción turística no cuenta con objetivos generales y específicos. |
| F4. Cuentan con el espacio natural para realizar deportes extremos gracias a sus montañas, ríos y pistas. | D4. Carencia de productos turísticos. |
| F5. Accesibilidad adecuada desde Guayaquil, Cuenca y otros sitios. | D5. La promoción turística solo se la realiza cuando son las fiestas del cantón y es escasa. |
| F6. Variedad gastronómica, se pueden encontrar platos tanto de La Sierra como de la Costa. | D6. La demanda de turistas es estacional. |
| F7. Cuenta con un terminal terrestre funcional para la llegada de turistas. | D7. No existe una sinergia de estrategias entre el Municipio, los establecimientos y las operadoras turísticos para la atracción de turistas. |
| F8. Apoyo de la Prefectura del Cañar para promover al cantón como un referente turístico. | D8. Escaso material promocional del cantón y sus atractivos turísticos por medio de la página web y redes sociales, no existe un medio dedicado a la promoción turística. |
| | D9. La Unidad de Turismo de La Trocal no ha asumido competencias de turismo, se centra solo en sus emprendedores. |
| | D10. Carencia de una imagen de destino: logotipo y slogan. Lo tiene, pero es anticuado. |
| | D11. Desconocimiento de los atractivos turísticos por parte de los turistas. |
| | D12. No hay guías de turismo que cuenten con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo. |

| Oportunidades | Amenazas |
|---|---|
| O1.El contenido de marketing digital genera impacto en el comportamiento de los turistas. | A1. Cantones con similares características como Bucay y Naranjal. |
| O2.Promoción turística del Ministerio de Turismo “No seamos extranjeros en nuestra propia tierra”. | A2. Nuevas vías que conecten la Costa y Sierra lejos de La Troncal. |
| O3.Auge de los deportes extremos y el ciclismo. | A3. Rebotes de casos de COVID – 19. |
| O4.Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 con enfoque hacia la naturaleza, gastronomía, cultura y ruralidad. | A4. Incertidumbre económica y política de Ecuador. |
| O5.El turismo alternativo o rural puede ser uno de los nichos turístico en recuperación ante la crisis sanitaria. | A5. Contaminación ambiental y problemas de salud por polución de ceniza, en consecuencia, de la quema de caña de azúcar provocado por Coazucar. |
| O6.El ministerio del turismo apunta al turismo como un negocio en crecimiento. | |

3.4. Análisis FO-FA-DO-DA

Tabla 3.3

Análisis FO-FA-DO-DA del cantón La Troncal

| | | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|-----------------|---|---|---|
| | | <p>F1. Posee una ubicación estratégica, es un conector entre las regiones de la costa y sierra.</p> <p>F3. Variedad de atractivos naturales como balnearios, senderos, bosques, etc.</p> <p>F4. Cuentan con el espacio natural para realizar deportes extremos gracias a sus montañas, ríos y pistas.</p> <p>F8. Apoyo de la Prefectura del Cañar para promover al cantón como un referente turístico.</p> | <p>D1. Discontinuidad o abandono de proyectos de promoción turística del cantón.</p> <p>D3. El departamento de promoción turística no cuenta con objetivos generales y específicos.</p> <p>D7. No existe una sinergia de estrategias entre el Municipio, los establecimientos y las operadoras turísticas para la atracción de turistas.</p> <p>D8. Escaso material promocional del cantón y sus atractivos turísticos por medio de la página web y redes sociales, no existe un medio dedicado a la promoción turística.</p> |
| AMENAZAS | <p>A1. Cantones con similares características como Bucay y Naranjal.</p> <p>A2. Nuevas vías que conecten la Costa y Sierra lejos de La Troncal.</p> <p>A3. Rebotes de casos de COVID – 19.</p> <p>A4. Incertidumbre económica y política de Ecuador.</p> | <p>F1 – A2. Mantener en buen estado la vía principal de que conecta La Troncal para que los autos sigan circulando por allí.</p> <p>F3 – A1. Mejorar la calidad de los atractivos turísticos naturales con el fin de marcar diferenciación con los cantones aledaños.</p> <p>F4 – A3. Aprovechar los atractivos turísticos naturales para evitar los lugares cerrados y así los turistas puedan evitar el contacto entre los demás.</p> | <p>D1 – A1. Proponer proyectos de promoción turística basados en el turismo alternativo (naturaleza y aventura tomando en consideración a su competencia.</p> <p>D3 – A4. Establecer la misión y visión del departamento de promoción turística para definir objetivos claros para el desarrollo económico del cantón.</p> <p>D7– A4. Proponer proyectos de promoción y desarrollo que integren la colaboración entre el Municipio, operadoras turísticas y establecimientos.</p> <p>D8 – A2. Utilizar las vías como un medio de promoción turística para la Troncal.</p> |
| | <p>O1. El contenido de marketing digital genera impacto en el comportamiento de los turistas</p> <p>O2. Promoción turística del Ministerio de Turismo “No seamos extranjeros en nuestra propia tierra”.</p> <p>O3. Auge de los deportes extremos y el ciclismo.</p> | <p>F3 – O2. Dar a conocer los atractivos turísticos naturales escondidos de La Troncal con apoyo de la campaña del Ministerio de Turismo “No seamos extranjeros en nuestra propia tierra” a través del marketing digital en redes sociales.</p> <p>F4 – O3. Aprovechar los recursos naturales que posee La Troncal para captar la atención de los turistas que quieren realizar deportes extremos o ciclismo.</p> | <p>D8 – O1. Mantener actualizada la página web del cantón y conectarla con las redes sociales para generar más interacción con los usuarios.</p> <p>D3–O2. Aprovechar la campaña “No seamos extranjeros en nuestra propia tierra” del Ministerio de Turismo para establecer, con su ayuda, objetivos en el corto y largo plazo para la promoción.</p> |

3.5. Alternativas estratégicas

D3 – A4. El departamento de promoción turística debe establecer su misión y visión con el fin de definir los objetivos que se desean cumplir ya que esto les permitirá tener una guía en las actividades que realicen.

D8 – A2. Aunque existen nuevas vías paralelas al cantón La Troncal, éstas pueden ser útiles para la promoción del cantón. De esta manera, quienes circulen por las nuevas vías tendrán conocimiento que hay un cantón cerca en el que pueden disfrutar sus atractivos turísticos. Los carteles y vallas publicitarias son herramientas de promoción que son aplicables en las vías con mayor tránsito, así el cantón La Troncal usaría estas vías alternas para seguir promocionándose.

F3 – O2. Las campañas que ha lanzado el Ministerio de Turismo para promover el turismo nacional pueden beneficiar a La Troncal. La campaña “No seamos extranjeros en nuestra propia tierra” busca concientizar e incentivar a los ecuatorianos a visitar aquellos cantones que nunca han visitado. La Troncal puede tomar ventaja de esta campaña y así establecer estrategias internas conectadas con las del Ministerio de Turismo.

F3 – A1. Mantener en buen estado los atractivos turísticos hará que los visitantes se sientan cómodos y recuerden de buena manera a La Troncal. Esto generará una satisfacción en los turistas que incluso pueden recomendar al cantón a sus amigos, familiares o conocidos. Por esta razón, deben cuidar su calidad y así marcarán una diferenciación de los cantones aledaños que son su competencia también.

Capítulo 4

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

Dentro del este proyecto se propusieron alternativas estratégicas para la promoción del cantón La Troncal, para ello se realizó un diagnóstico de la situación actual del cantón por medio un análisis FODA, así también, se analizó cuán efectiva son las estrategias de promoción de La Troncal para darse a conocer como un destino de turismo alternativo y finalmente, se generó un reporte de estrategias dirigidas a la promoción de La Troncal como un cantón que ofrece turismo alternativo.

La Troncal podría tener un potencial para convertirse en un lugar de turismo alternativo, tomando en cuenta que la demanda de este tipo de turismo va en aumento en Ecuador, por lo que las operadoras turísticas pueden ver a La Troncal como un destino que en el mediano plazo llegue a ser posicionado gracias a sus atractivos turísticos naturales. De igual forma, las amenazas que presenta La Troncal son sus competidores, cantones con características similares y cercanos a las principales ciudades del país, en donde llevan ventaja sobre la Troncal en cuanto a promoción de sus atractivos turísticos y manejo de redes sociales.

La Troncal no ha encontrado una característica de posicionamiento que la identifique de los cantones competidores, y en parte es debido a varios factores de comunicación, como el uso de medios digitales para potenciar al cantón como un referente de turismo alternativo; y de planificación por factores internos de administración que frenan a La Troncal a tomar ventaja de sus atractivos turísticos naturales, pese a tener una buena ubicación geográfica para posicionarse como un turismo alternativo.

Las propuestas planteadas están diseñadas en aprovechar las fortalezas de La Troncal y con las oportunidades que se presentan actualmente tal como es la carretera que conecta la región Costa y Sierra la cual sirve mucho para quienes circulen por esa vía conozcan un poco de La Troncal y así generar una persuasión para que decidan visitar sus atractivos turísticos.

Así también, convertir sus debilidades en fortalezas al utilizar las herramientas de marketing digital para promover las actividades que se pueden realizar el cantón y así conectar con más turistas. Esto permitirá al cantón La Troncal a poder comunicar mejor sus atractivos turísticos y así poder conseguir mayor inversión para el bienestar de su comunidad.

Sin duda, los más beneficiados son los habitantes del cantón La Troncal, los pequeños y medianos emprendedores que, con negocios de restaurantes, hostales, y otros centros de diversión pueden mejorar su calidad de vida y así también generar más plazas de trabajo dentro del cantón.

4.2. Recomendaciones

Para futuros proyectos, para un análisis enfocada más en el área del turismo se debe considerar también realizar los estudios a los habitantes de La Troncal para conocer sus perspectivas acerca de la promoción que tiene su cantón. De igual manera, a los negocios y a propietarios de los atractivos turísticos quienes pueden tener su punto de vista acerca cómo el GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) Municipal de La Troncal llega a promocionarse a través de los distintos medios de comunicación.

También, se recomienda realizar una investigación a los turistas de la región Sierra ya que mayor parte de los encuestados fueron de la región Costa, por lo que obtener un análisis de estos turistas puede ser relevante para obtener un estudio más completo.

Referencias

- Arguedas R. (2005). Posicionamiento en el área de la globalización: la batalla mental. Revista Rhombus.
- Banco de Desarrollo del Ecuador. (2017). LA TRONCAL RECIBE UN CRÉDITO POR MÁS DE 4 MILLONES PARA CONSTRUCCIÓN DE SU TERMINAL TERRESTRE. BDE. Recuperado 6 de noviembre de 2022, de <https://bde.fin.ec/la-troncal-recibe-un-credito-por-mas-de-4-millones-para-construccion-de-su-terminal-terrestre/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal La Troncal. (2016). Guia Turística. Ecuador: Concejo Editorial GAD Municipal La Troncal.
- Guzmán, E. (2014). El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del Ecuador, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 17 (diciembre 2014). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/17/turismo-interno.html>
- Kohls, T. L. C. (2017). Plan de Promoción Turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6220179>
- Kotler y Armstrong (2017). Fundamentos de Marketing. Pearson.
- Larrea E. (2019). Entorno Turístico. Recuperado de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/la-troncal-un-tesoro-por-descubrir-en-el-ecuador/>
- Medaglia, J., & Silveira, C. (2009). La evolución del marketing de destinos: Su sinergia con la planificación turística. Estudios y perspectivas en turismo. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000500002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Ministerio del Turismo. (2014). Resumen 2014: Turismo ecuatoriano, en su mejor momento – Ministerio de Turismo. Mintur. Recuperado 2 de enero de 2023, de <https://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuadoriano-en-su-mejor-momento/>

Ministerio del Turismo. (2016). Facultades a Gobiernos Autónomos Desarrollo Actividades Turísticas. Mintur. Recuperado 10 de diciembre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%3%BAense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%3%ADsticas.pdf>

Ministerio del Turismo. (2022). La Troncal, un destino que te hará volar. Mintur. Recuperado 28 de diciembre de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/la-troncal-un-destino-que-te-hara-volar/>

Ministerio del Turismo. (2022). REACTIVACIÓN ECONÓMICA: EL TURISMO DEJA CIFRAS POSITIVAS EN LO QUE VA DE 2022. Mintur. Recuperado 2 de enero de 2023, de <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/#:~:text=%E2%80%93Durante%20el%20primer%20semestre%20de,no%20petroleros%20para%20la%20naci%C3%B3n>

Poveda, G. (2018). Incentivo del turismo en el Ecuador como una fuente de empleo, inclusión. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/turismo-ecuador.html>

Prefectura Cañar (2013). Cantón La Troncal: Gobierno Provincial del Cañar. Recuperado de: http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/public_html/paginas/canton-la-troncal.72

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). Glosario de términos de turismo. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). Definiciones de turismo de la OMT. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

Ricaurte, C. (2009). ESPOL. Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>

- Tourism Management School. (2021). OSTELEA. Recuperado de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/marketing-de-destinos-como-convertir-una-localidad-en-el-centro-de-todas-las-miradas>
- Urbina. (2020). El proceso de posicionamiento en el marketing: pasos y etapas. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5608/560865631007/html/>
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. 2013. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Vela, L. A. (2020). Marketing de Destinos. Codigonexo. Recuperado de <https://www.codigonexo.com/blog/inbound-marketing/turismo/marketing-de-destinos/>
- Yasin, M. (2004). A shift-share analysis approach to understanding the dynamic of the Portuguese tourism market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 11-22.
- Zamorano, F. (2008). Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados. México: Trillas.

Apéndices

| CUESTIONARIO | |
|---|---|
| Técnica: Focus Group | Dirigido a: Turistas que han visitado La Troncal |
| Preámbulo | |
| Bienvenida | |
| Indicar que no hay respuestas correctas e incorrectas | |
| Indicar que se grabará audio y video | |
| Indicar que se hablará acerca del cantón La Troncal | |
| Preguntar si existen dudas antes de iniciar | |
| Introducción y calentamiento | |
| Presentación de nombres | |
| Indiquen lo mejor de ir a La Troncal | |
| Motivos de viaje | |
| ¿Cuántas veces ha ido a La Troncal? | |
| ¿Cuál fue el motivo de su último viaje a La Troncal? | |
| ¿Cómo fue su planificación para llegar a La Troncal? | |
| ¿Cuánto tiempo estuvo? | |
| ¿Qué actividades realizó en su estancia en La Troncal? | |
| Acerca de la infraestructura | |
| ¿Qué características considera que hacen al cantón La Troncal llamativo como un destino turístico? | |
| ¿Considera que La Troncal cuenta con la infraestructura adecuada para recibir a turistas según su percepción tales como terminal terrestre, hoteles u hostales, carreteras y atractivos turísticos? | |
| ¿Considera que la seguridad de la Troncal es adecuada? | |
| ¿Considera que La Troncal cuenta con los servicios básicos adecuados? | |
| Acerca de los atractivos del cantón | |
| ¿Conoce acerca de los atractivos turísticos que tiene La Troncal? | |
| ¿Cómo supo de estos atractivos turísticos? | |
| ¿Qué tan fácil se le hizo llegar al lugar? | |
| ¿Sabía de estos atractivos antes de ir a La Troncal? | |
| ¿Qué lo motivó a ir a ese atractivo turístico? | |
| Acerca de la promoción de los atractivos | |
| (Mostrar imágenes del cantón) | |
| (Mostrar imágenes de la página web) | |
| (Mostrar imágenes de la página de Facebook) | |
| ¿Cuál es su opinión de la página de Facebook para promocionar los atractivos turísticos de La Troncal? | |
| ¿Piensa que en el cantón La Troncal se puede tener conexión con la naturaleza y realizar actividades de aventura? | |
| ¿Cómo calificaría la publicidad de La Troncal para promocionar sus atractivos? | |
| ¿Se siente motivado cuando ve fotos de los atractivos turísticos que ofrece el cantón? | |
| ¿Piensa que en el cantón La Troncal se puede tener conexión con la naturaleza y realizar actividades de aventura? | |
| ¿Se siente motivado cuando ve fotos de los atractivos turísticos que ofrece el cantón? | |
| ¿Recomendaría a su familia o amigos visitar la Troncal? | |

| CUESTIONARIO | |
|---|--|
| Técnica: Entrevista | Dirigido a: Miembro de la promoción turística del GAD Municipal de La Troncal |
| Preámbulo | |
| Presentación | |
| Agradecimiento por su predisposición en participar en la entrevista. | |
| Introducción y calentamiento | |
| ¿Cuál es su cargo dentro del GAD Municipal de la Troncal? | |
| ¿Cuáles son sus actividades? | |
| ¿Cuál es la estructura organizacional del departamento dedicado a la promoción turística de La Troncal? | |
| ¿Cuáles son los principales objetivos de su departamento? | |
| ¿Tiene alguna métrica que les ayude a medir el cumplimiento de sus objetivos? | |
| ¿Qué actividades han realizado para cumplir sus objetivos? | |
| ¿Consideran que su enfoque de turismo alternativo es correcto en base a los atractivos turísticos que posee La Troncal? | |
| ¿Qué actividades de promoción han realizado para posicionarse como un destino de turismo alternativo? | |
| ¿La administración de los atractivos turística es privada o pública? ¿Cómo el GAD Municipal interviene? | |
| ¿La comunicación o marketing de los atractivos turísticos son administrados por cada propietario, el municipio o existe una colaboración entre ambas partes? | |
| ¿A través de que canales realizan la promoción turística de la Troncal? | |
| ¿Tienen alguna red social o página web que se dedique exclusivamente en la promoción turística de La Troncal? | |
| ¿Existe un experto encargado en la promoción digital de la Troncal?, considerando que hoy en día el uso del Marketing Digital es de importancia para la promoción de un destino. | |
| ¿Qué papel tienen las operadoras turísticas en el cantón La troncal? ¿Existen proyectos de colaboración con estas organizaciones? | |
| ¿Cuáles son los meses en donde se puede visualizar una gran afluencia de turistas? | |
| ¿Quiénes han sido los principales beneficiarios en estas épocas? | |
| ¿Considera que la oferta hotelera es suficiente para abastecer a todos los turistas? | |
| ¿Cuáles considera que han sido las principales falencias que han ocasionado que el cantón aún no sea posicionado dentro de Ecuador como un destino turístico en comparación con otros cantones? | |

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS

| |
|---|
| 1. Género |
| <input type="checkbox"/> Masculino |
| <input type="checkbox"/> Femenino |
| 2. ¿En dónde vive? |
| <input type="checkbox"/> Guayaquil |
| <input type="checkbox"/> Quito |
| <input type="checkbox"/> Cuenca |
| <input type="checkbox"/> Resto del país |
| 3. Edad |
| <input type="checkbox"/> 18 a 25 años |
| <input type="checkbox"/> 26 a 33 años |
| <input type="checkbox"/> 34 a 41 años |
| <input type="checkbox"/> 42 a 49 años |
| <input type="checkbox"/> Más de 49 años |
| 4. ¿A qué se dedica? |
| <input type="checkbox"/> Estudio |
| <input type="checkbox"/> Trabajo |
| <input type="checkbox"/> Estudio y trabajo |
| <input type="checkbox"/> Jubilado |
| 5. Estrato social |
| <input type="checkbox"/> Baja |
| <input type="checkbox"/> Media baja |
| <input type="checkbox"/> Media |
| <input type="checkbox"/> Media alta |
| <input type="checkbox"/> Alta |
| 6. ¿Con qué frecuencia viaja? |
| <input type="checkbox"/> Una vez al mes |
| <input type="checkbox"/> Cada fin de semana |
| <input type="checkbox"/> Dos veces al mes |
| <input type="checkbox"/> Una vez al año |
| 7. ¿Cuáles son sus motivos de viaje? |
| <input type="checkbox"/> Turismo |
| <input type="checkbox"/> Visita a familiares |
| <input type="checkbox"/> Trabajo |
| <input type="checkbox"/> Vacaciones |
| 8. ¿Con quién realiza frecuentemente sus viajes? |
| <input type="checkbox"/> Familiares |
| <input type="checkbox"/> Amigos |
| <input type="checkbox"/> Pareja |
| <input type="checkbox"/> Compañeros de trabajo |
| 9. ¿Cómo realiza la planificación de su viaje? |
| <input type="checkbox"/> Por medio de una agencia de viaje |
| <input type="checkbox"/> La hago yo mismo |
| <input type="checkbox"/> Lo hace mi acompañante |
| <input type="checkbox"/> No planifico, en ese mismo momento sucede |
| 10. Si su respuesta fue "No". ¿Por qué no ha realizado estos tipos de turismo? |
| <input type="checkbox"/> No es de mi interés |
| <input type="checkbox"/> No conozco lugares |

| | | | | | |
|--|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| 11. ¿Cuáles de estos cantones ha visitado? | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Naranjal <input type="checkbox"/> Bucay <input type="checkbox"/> La Troncal <input type="checkbox"/> El triunfo <input type="checkbox"/> Otro | | | | | |
| 12. ¿Qué es lo primero que se le viene en la mente cuando piensa en ...? | | | | | |
| Naranjal | <input type="checkbox"/> Naturaleza | <input type="checkbox"/> Aventura | <input type="checkbox"/> Gastronomía | <input type="checkbox"/> Cultura | <input type="checkbox"/> Salud |
| Bucay | <input type="checkbox"/> Naturaleza | <input type="checkbox"/> Aventura | <input type="checkbox"/> Gastronomía | <input type="checkbox"/> Cultura | <input type="checkbox"/> Salud |
| La Troncal | <input type="checkbox"/> Naturaleza | <input type="checkbox"/> Aventura | <input type="checkbox"/> Gastronomía | <input type="checkbox"/> Cultura | <input type="checkbox"/> Salud |
| El triunfo | <input type="checkbox"/> Naturaleza | <input type="checkbox"/> Aventura | <input type="checkbox"/> Gastronomía | <input type="checkbox"/> Cultura | <input type="checkbox"/> Salud |
| 13. ¿Qué factores considera los más influyentes al momento de decidir donde realizar turismo? 2 a 3. | | | | | |
| <input type="checkbox"/> La reputación del destino <input type="checkbox"/> El fácil acceso al destino <input type="checkbox"/> Los servicios (comida, hoteles, espectáculos, entre otros) <input type="checkbox"/> Atractivos turísticos <input type="checkbox"/> La experiencia del viaje <input type="checkbox"/> Presupuesto <input type="checkbox"/> Distancia | | | | | |
| 14. ¿Ha realizado alguna vez turismo de aventura o ecoturismo? | | | | | |
| <p>Turismo de aventura <i>Es la experiencia de realizar actividades físicas en medios naturales tales como buceo, kayak, pesca, montañismo, ciclismo, parapente, escalada, rappel, entre otros.</i></p> <p>Ecoturismo <i>Es la experiencia de realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza tales como: senderismo, balnearios, observación de ecosistemas, fauna, entre otros.</i></p> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No | | | | | |
| 15. Si su respuesta fue "No". ¿Por qué no ha realizado estos tipos de turismo? | | | | | |
| <input type="checkbox"/> No es de mi interés <input type="checkbox"/> No conozco lugares | | | | | |
| 16. ¿Sabías que en el cantón La Troncal puedes realizar turismo de aventura o ecoturismo? | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No | | | | | |
| 17. Si su respuesta fue sí, ¿Por qué canales de comunicación se ha informado acerca de La Troncal? | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Un familiar o amigo me dijo <input type="checkbox"/> Vallas publicitarias <input type="checkbox"/> Revistas <input type="checkbox"/> Otros | | | | | |
| 18. Si su respuesta fue no, ¿En el último año ha visto algún tipo de promoción tradicional o digital acerca de los atractivos turísticos que posee La Troncal? | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No | | | | | |
| 19. ¿Estaría usted dispuesto a realizar turismo de aventura o ecoturismo en La Troncal? | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Sí | | | | | |

No

| Guía de observación | | | |
|---|--|------------------|-----------|
| Objetivo: Recolectar información y datos de manera sistemática acerca de los principales competidores del cantón la Troncal | | Cantón: Naranjal | |
| Información general | Ubicación: Provincia de Guayas Clima: Tropical Habitantes: 53.800 | | |
| Tipo de turismo | Naturaleza Cultural | | |
| Atractivos turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Reserva Ecológica Manglares de Churute • Cerro de Hayas y las 7 cascadas del cantón Naranjal • Camino Real del Inca • Hacienda Jambelí. | | |
| Actividades que se pueden realizar | Senderismo | | |
| Distancia en horas | Desde Guayaquil – 1h23 Desde Quito - 7h11 Desde Cuenca – 2h24 | | |
| Página web | http://naranjal.gob.ec/sitio/ | | |
| Redes sociales | Interacción | Facebook | Instagram |
| | Seguidores | 44.000 | No tiene |
| | Likes | 31.000 | No tiene |
| | Frecuencia de publicación | Diaria | No tiene |
| | Tipo de contenido | Informativo | No tiene |

| Guía de observación | | | |
|---|--|--------------------|--|
| Objetivo: Recolectar información y datos de manera sistemática acerca de los principales competidores del cantón la Troncal | | Cantón: El triunfo | |
| Información general | Ubicación: Ubicado en la provincia del Guayas a 56 km de Guayaquil Clima: Clima tropical térmico, semi-humedo Habitantes: 44.778 habitantes | | |
| Tipo de turismo | Turismo de aventura, vivencial y agroturismo | | |
| Atractivos turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • El Río Dos Bocas • Las Palmas • Chilcales • El Descanso Jr. • El Parque de Recreaciones y Espectáculos | | |
| Actividades que se pueden realizar | <ul style="list-style-type: none"> • Rafting • Ciclismo | | |

| | | | |
|--------------------|--|-------------|-----------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo | | |
| Distancia en horas | Desde Guayaquil: 1h10m aproximadamente. Desde Quito: 6h30m aproximadamente. Desde Cuenca: 2h50m aproximadamente. | | |
| Página web | https://el-triunfo.gob.ec/2020/wp/informacion/ | | |
| Redes sociales | Interacción | Facebook | Instagram |
| | Seguidores | 1796 | No tiene |
| | Likes | 1723 | No tiene |
| | Frecuencia de publicación | Cada mes | No tiene |
| | Tipo de contenido | Informativo | No tiene |

| Guía de observación | | | |
|---|--|---------------|-----------|
| Objetivo: Recolectar información y datos de manera sistemática acerca de los principales competidores del cantón la Troncal | | Cantón: Bucay | |
| Información general | Ubicación: Provincia del Guayas Clima: Tropical húmedo Habitantes: 15.642 personas. | | |
| Tipo de turismo | Turismo de Naturaleza y Aventura | | |
| Atractivos turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Las 7 cascadas. • Cascada Piedra Blanca • Bosque de La Esperanza Alta • Pachakay • Mirador Virgen del Carmen • Comunidad shuar • El armadillo • Balneario de Agua Clara • Mundo San Rafael | | |
| Actividades que se pueden realizar | <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Camping • Cabalgatas • Canyoning • Rafting y kayak • Treking • Tubing • Canopy | | |
| Distancia en horas | Desde Guayaquil: 1h40m aproximadamente. Desde Quito: 6h10m aproximadamente. Desde Cuenca: 3h30m aproximadamente. | | |
| Página web | https://www.municipiobucay.gob.ec/?page_id=217 https://www.bucayadventures.com/destination/que-hacer-en-bucay/ | | |
| Redes sociales | Interacción | Facebook | Instagram |
| | Seguidores | 36.000 | 28.300 |
| | Likes | 35.000 | 58.051 |

| | | | |
|--|---------------------------|-------------|-------------|
| | Frecuencia de publicación | Cada 2 días | Cada 2 días |
| | Tipo de contenido | Promocional | Promocional |

| Guía de observación | | | |
|---|--|--------------------|-----------|
| Objetivo: Recolectar información y datos de manera sistemática acerca de los principales competidores del cantón la Troncal | | Cantón: La Troncal | |
| Información general | Ubicación: Provincia de Cañar Clima: Tropical Habitantes: 54.389 | | |
| Tipo de turismo | Naturaleza Aventura Gastronómico | | |
| Atractivos turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Cascadas de Cochancay • Bosque Manta Real • Cascadas de Yanayacu | | |
| Actividades que se pueden realizar | Parapente Canoping Canyoning | | |
| Distancia en horas | Desde Guayaquil – 1h30 Desde Quito – 6h30 Desde Cuenca – 2h37 | | |
| Página web | http://www.latroncal.gob.ec/WEB17/PRINCIPAL.PHP | | |
| Redes sociales | Interacción | Facebook | Instagram |
| | Seguidores | 14.000 | No tiene |
| | Likes | 1.500 | No tiene |
| | Frecuencia de publicación | Diaria | No tiene |
| | Tipo de contenido | Informativo | No tiene |