



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Plan de Comunicación para fortalecer la gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Taisha, provincia de Morona Santiago.

TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

AUTORA: Espinoza Cárdenas, Nadia Janina

DIRECTOR: Albuja Batallas, Andrés Fabián, Mgs.

CENTRO UNIVERSITARIO MACAS
2014

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA

Magíster

Andrés Fabián Albuja Batallas

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de maestría, denominado: “Plan de Comunicación para Fortalecer la Gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Taisha, Provincia de Morona Santiago” realizado por: Espinoza Cárdenas Nadia Janina; ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 18 de septiembre de 2014

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Espinoza Cárdenas Nadia Janina declaro ser autora del presente trabajo de fin de maestría: Plan de Comunicación para Fortalecer la Gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Taisha, Provincia de Morona Santiago, de titulación Magíster en Gestión Empresarial, siendo Andrés Fabián Albuja Batallas director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Autor: Espinoza Cárdenas Nadia Janina

Cédula: 1400429492

DEDICATORIA

A más de una dedicatoria, siento una profunda gratitud y admiración a mis padres que me motivan constantemente a seguir adelante.

A mis cuatro hermanos, mi abuelita y tíos, que me estimulan a continuar y lograr todo lo que me he propuesto.

AGRADECIMIENTO

A mis Padres Néstor Espinoza y Umelia Cárdenas por su apoyo incondicional.

A Dios por todas las oportunidades de superación.

Al Magister Andrés Fabián Albuja Batallas, quien me brindo todo su apoyo durante el transcurso de la elaboración de mi tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE FIN DE MAESTRÍA.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN.....	1
ABSTACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
PROBLEMA.....	4
PROPUESTA.....	5
OBJETIVOS.....	7
METODOLOGÍA.....	8
MARCO TEÓRICO.....	12
CAPÍTULO I.....	22
1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN TURÍSTICA	
 MUNICIPAL Y ACTIVIDAD TURÍSTICA CANTONAL.....	22
1.1 Generalidades del entorno.....	23
1.1.1 Reseña histórica.....	24
1.1.2 Población.....	25
1.1.3 Distribución de la Población Según Tipo de Cultura.....	26
1.1.4 Nacionalidad de la Población.....	27
1.1.5 Densidad Poblacional.....	28
1.1.6 Natalidad.....	28
1.1.7 Población Económicamente Activa (PEA).....	28
1.1.8 Migración.....	29
1.1.9 Educación.....	30
1.1.10 Salud.....	31
1.1.11 Servicios básicos.....	32
1.1.12 Viabilidad.....	34
1.1.13 Movilidad y transporte.....	35

1.2	Análisis del mercado turístico.....	36
1.2.1	Turismo interno y receptivo Morona Santiago	36
1.2.2	Turismo en el cantón Taisha.....	40
1.3	Base Legal.....	43
1.3.1	Constitución de la República de Ecuador.....	43
1.3.2	Ley de Turismo.....	45
1.3.3	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.....	46
1.4	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha.....	49
1.4.1	Misión, Visión, Objetivos Institucionales.....	49
1.4.2	Políticas.....	49
1.4.3	Principios Rectores.....	50
1.4.4	Estructura Administrativa.....	51
1.5	Secretaría Técnica de Gestión de Turismo Municipal.....	51
1.5.1	Estructura administrativa.....	52
1.5.2	Responsabilidad Social.....	53
1.5.3	Proceso de Comunicación.....	54
1.5.4	Análisis FODA.....	54
1.6	Mercado objetivo.....	55
1.6.1	Problemática.....	55
1.6.2	Selección del mercado.....	56
 CAPITULO II.....		57
PARÁMETROS A INCIDIR EN EL IMPACTO DE LA FORMULACIÓN DE LAS		
ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL MERCADO OBJETIVO.....		57
2.1	Objetivo General.....	58
2.2	Objetivos específicos.....	58
2.3	Imagen Corporativa del GAD Municipal de Taisha.....	58
2.4	Rediseño de la Imagen Corporativa del GAD Municipal de Taisha.....	59
2.5	Creación de la Imagen Turística cantonal del GAD Municipal de Taisha	60
2.6	Selección de medios.....	61
2.6.1	Recursos para la campaña.....	62
2.7	Flujo Turístico.....	63
2.8	Inventario de Atractivos Turísticos.....	65

CAPÍTULO III.....	68
3. ESTRATEGIAS Y ACCIONES QUE FORTALEZCAN LA SECRETARÍA TÉCNICA DE GESTIÓN DE TURISMO Y GENERE EL FLUJO TURÍSTICO PROYECTADO.....	68
3.1 Objetivo General.....	69
3.1.1 Objetivos específicos.....	69
3.2 Planteamiento y desarrollo estratégico.....	69
3.2.1 Comunicación Corporativa.....	70
3.2.2 Comunicación Externa.....	71
3.2.3 Comunicación Interna	95
3.2.4 Comunicación de Crisis.....	97
3.2.5 Comunicación de Responsabilidad Social Corporativa.....	98
3.2.6 Ejecución presupuestaria.....	99
IV. CONCLUSIONES.....	102
V. RECOMENDACIONES.....	104
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	105
VII. GLOSARIO.....	107
VII. ANEXOS.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

N°	Descripción	
01	Empresas de transporte aéreo	24
02	Población del cantón Taisha por parroquia.....	25
03	Como se identifica según su cultura y costumbres.....	26
04	Nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece la población de Taisha.....	27
05	Categoría de ocupación en el cantón Taisha.....	29
06	Sexo del migrante.....	30
07	Nivel de Instrucción de la población del cantón Taisha.....	30
08	Asiste actualmente a un establecimiento de enseñanza regular.....	31
09	Atención en salud en el Área N° 1 Morona.....	32
10	Destinos aéreos.....	35
11	Establecimientos de alojamiento.....	41

12	Establecimientos de alimentación.....	41
13	Establecimientos de entretenimiento.....	41
14	Festividades y Eventos.....	41
15	Análisis FODA.....	57
16	Recursos para la campaña.....	65
17	Atractivos Turísticos Identificados.....	68
18	Estrategias y acciones de comunicación externa.....	71
19	Presupuesto material promocional.....	85
20	Presupuesto Cuña Radial.....	92
21	Población de Morona Santiago por cantones.....	93
22	Festividades de cantonización.....	93
23	Estrategias y acciones de comunicación interna.....	95
24	Presupuesto anual en comunicación.....	98
25	Cronograma de actividades.....	100
26	Indicadores del plan de comunicación.....	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	Descripción	
01	Población urbana y rural del cantón Taisha.....	26
02	Cómo se califican según su población y costumbres	27
03	Nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece.....	28
04	Población económicamente Activa PEA en el Cantón Taisha.....	29
05	Principal motivo de viaje.....	30
06	Destinos visitados en Morona Santiago (turismo interno).....	37
07	Motivación de viaje a Morona Santiago (Turismo interno).....	37
08	Destinos visitados en Morona Santiago (turismo receptor).....	38
09	Motivación de viaje (turismo receptor).....	39
10	Ingreso de pasajeros a Taisha.....	40
11	Estructura administrativa del GAD Municipal de Taisha.....	51
12	Organigrama Estructural.....	52
13	Categorías de los atractivos turísticos.....	66

ÍNDICE DE ANEXOS

N°	Descripción	
01	Encuesta del Perfil del Visitante.....	108
02	Manual de Imagen Corporativa Rediseñada.....	110
03	Manual de Imagen Corporativa Turística.....	123
04	Fotografías de Investigación.....	135

RESUMEN

Se elaboró el Plan de comunicación para Fortalecer la Gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha, provincia de Morona Santiago, donde se realizó el diagnóstico de la situación actual de la gestión Turística Municipal y actividad turística cantonal para identificar, la estructura administrativa de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, la problemática y la selección del mercado con el cual se va a interactuar. Los parámetros a incidir en el impacto de la formulación de las estrategias comunicacionales en el mercado objetivo fueron en base al presupuesto asignado a la Secretaría de Turismo para publicidad, la imagen turística cantonal, los 23 atractivos turísticos, y la actividad turística realizada a nivel local, provincial y nacional . Se determinó cinco estrategias de comunicación, mismas que corresponden a estrategias Corporativas, Externas, Internas, de Crisis y de Responsabilidad Social Corporativa.

Palabras Claves: Comunicación, turismo, estrategias.

ABSTRACT

A Plan of Communication was elaborated to strengthen the management of the Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha, Morona Santiago Province, a diagnosis was elaborated from the real situation about the Touristic work from the municipality, and from the Canton, to identified the administrative structure of the Secretaría de Gestión Turística, its problems and the target market to interactuate. The parameters to increase the impact to create communicational strategies on the target market were the fundament to for the economic resources assigned for publicity, touristic image, and from the 23 touristic attractive and the touristic activities realized to a local, province, and national level. Five strategies were determined, as corporative strategies, external, internal, crisis, and social corporative responsibility

Key words: Communication, tourism, strategies.

1. INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicación para la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha, provincia de Morona Santiago, es un trabajo que permite dar a conocer la potencialidad turística cantonal, hacia los diferentes tipos de mercado a través de la gestión Municipal con el propósito de dinamizar la economía local.

El presente Plan de Comunicación está conformado de tres capítulos que identifican como primer punto, el diagnóstico de la situación actual de la Gestión Turística Municipal y la actividad turística cantonal; en segunda instancia se muestra los parámetros que inciden en el impacto de la formulación de las estrategias, la imagen turística cantonal, atractivos turísticos y servidores turísticos; y como último punto se determinó cinco estrategias de comunicación, mismas que corresponden a estrategias Corporativas, Externas, Internas, de Crisis y de Responsabilidad Social Corporativa.

La investigación realizada proporciona a la institución diversas estrategias comunicacionales que permitan dar a conocer la potencialidad turística cantonal hacia el mercado local, provincial, nacional e internacional tomando en cuenta el limitante de su accesibilidad geográfica para incrementar el flujo turístico, respondiendo al problema de la falta de conocimiento de los turistas acerca del potencial turístico del cantón Taisha.

La metodología utilizada para el presente trabajo se basó en la investigación social, contiene componentes cualitativos y cuantitativos, con enfoque positivista e interpretativo, donde se realizó un análisis de cada uno de los objetivos planteados utilizando fuentes primarias y secundarias para la estructuración de las estrategias comunicacionales, para solucionar el problema de la falta de conocimientos de la potencialidad turística del cantón Taisha.

2. PROBLEMA INVESTIGATIVO

2.1 SITUACIÓN DEL PROBLEMA

El GAD Municipal de Taisha inicia sus funciones en el año de 1996 con la administración del Señor Leónidas Shacay como su primer alcalde, administración que inició sus funciones sin una unidad de turismo, y posteriormente, en el transcurso de las administraciones posteriores no se incorporó el área de Turismo a la administración Municipal; en el año 2009, la administración del Lic. Celestino Wisum, con la visión de dinamizar la economía local conservando los recursos Naturales y Culturales con los que cuenta el cantón, crea una partida presupuestaria para contratar un técnico en Turismo, dentro del departamento de Desarrollo Sustentable.

En septiembre del año 2009, se da inicio a la gestión turística, donde se realiza un levantamiento de información, inducción a las comunidades y ciudadanía en general en turismo, y promoción turística, actividades que han sido bastante limitadas puesto que el Cantón Taisha es extenso y la comunicación local es deficiente por la falta de una vía terrestre que conecte a la cabecera cantonal con sus comunidades y la provincia, además existe únicamente comunicación a través de radio HF, lo cual ha ocasionado que se avance lentamente en el trabajo.

En el año 2013 el Lic. Celestino Wisum, con el objetivo de fortalecer la actividad turística cantonal, integra a la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo dentro del modelo de gestión Municipal, misma que con la incorporación de técnicos ha fortalecido las actividades de capacitación hacia las comunidades, instituciones educativas y servidores turísticos, ha impulsado la generación de proyectos y ha incrementado la promoción turística municipal.

La actividad Turística cantonal se ha incrementado paulatinamente con la generación de servicios y productos turísticos que captan el interés de la demanda, siendo necesario se planifique las estrategias de comunicación con el propósito de competir en el mercado.

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Actividad Turística dentro de los Gobiernos Seccionales ha sido desatendida constantemente por los gobiernos de turno, lo que ha producido un retraso en la consolidación de productos turísticos competitivos.

El cantón Taisha, es una zona con alto grado de conservación natural y cultural que está incursionando paulatinamente en la actividad turística con recursos propios, al ser una inversión fuerte para los emprendedores, se ha descuidado la comercialización de los productos y servicios que ofrecen ya que el costo de las estrategias de comercialización resultan altos y la falta de conocimiento de técnicas o estrategias por parte de los emprendedores, ha ocasionado el desconocimiento de la actividad turística del mercado objetivo.

La Secretaría Técnica de Gestión de Turismo es reciente, no cuenta con estrategias comunicacionales que den a conocer la gestión desarrollada por parte de la institución y emprendedores en el área de Turismo, el presupuesto designado a la secretaría de Turismo es reducido y el transporte aéreo incrementa drásticamente la interacción del sector turístico.

Los empresarios privados han logrado mantenerse en el mercado, sin embargo no han conseguido desarrollarse, siendo necesario intervenir como Secretaría Técnica de Gestión de Turismo para potenciar y dinamizar la economía local, fomentando la conservación de la Naturaleza y Cultura, a través de la estructuración de estrategias comunicacionales para posicionarse en el mercado objetivo.

2.3 Formulación del Problema

El cantón Taisha cuenta con abundancia de recursos Naturales y Cultura con identidad que se constituyen en atractivos turísticos potenciales, pero no han sido aprovechados por la población por la falta de recursos económicos y conocimientos técnicos que les permita liderar emprendimientos turísticos competitivos y sostenibles.

La Secretaría Técnica de Gestión de Turismo busca desarrollar el turismo cantonal para generar fuentes de empleo, pero no ha generado las propuestas o proyectos que le permitan lograr su objetivo.

3. Propuesta

3.1 Construcción de la Propuesta

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad plantear estrategias comunicacionales que fortalezcan la gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo y que den a conocer al cantón Taisha como un sector turístico en el mercado objetivo, con este propósito

se desarrolló cinco estrategias comunicacionales, se investigó la expectativa de la máxima autoridad Municipal, la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo y servidores turísticos, se diseñaron acciones enmarcadas en un cronograma operativo, definido en base al presupuesto asignado, de tal forma que se utilicen los recursos de manera efectiva.

3.2 Viabilidad del Estudio

El trabajo investigativo es factible, puesto que el cantón Taisha cuenta con un alto grado de conservación de los recursos naturales, presencia de las Nacionalidades Shuar y Achuar que cuentan con identidad propia, emprendedores turísticos interesados en crecer y la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo empeñada en dinamizar la economía local a través del turismo, lo cual brinda un escenario accesible al desarrollo de la investigación.

Para el correcto desarrollo de la investigación, se alinea el trabajo a las políticas establecidas por el Gobierno Nacional, Ministerio de Turismo y GAD Municipal de Taisha. Los gastos que se incurran, se coordinarán con la máxima autoridad, Lic. Celestino Wisum, Alcalde, quien procura brindar todas las facilidades para el correcto desarrollo del estudio.

El proceso de investigación se apoyará en textos, leyes, reglamentos, publicaciones y levantamientos de información que suministrarán la información necesaria para el correcto desarrollo investigativo.

3.3 Valor Práctico del Estudio

La investigación realizada tiene la finalidad de establecer estrategias y acciones de comunicación que fortalezcan la gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo y a su vez esto permita dar a conocer al cantón Taisha como un destino turístico, lo cual permitirá dinamizar la economía local directa e indirectamente desarrollando la apertura de fuentes de empleo a través del flujo turístico que se genere, desarrollando una guía estructurada para la Secretaría que le permita la consecución de su objetivo, de disminuir el desconocimiento del destino cantón Taisha por parte del mercado objetivo y generar fuentes de empleo sostenibles para la población.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar el plan de comunicación para fortalecer la Gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Taisha, Provincia de Morona Santiago.

4.2 Objetivos Específicos:

- a. Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Gestión Turística Municipal y actividad turística cantonal.
- b. Establecer los parámetros a incidir en el impacto de la formulación de las estrategias comunicacionales en el mercado objetivo.
- c. Diseñar las estrategias y acciones que fortalezca la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo y genere el flujo turístico proyectado.

5. HIPÓTESIS

Las Estrategias comunicacionales planteadas le permitirá a la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, fortalecer su gestión y dar a conocer al cantón Taisha como destino turístico en el mercado objetivo, para dinamizar la economía local a través de la generación de empleo.

Variable Dependiente: El fortalecimiento de la gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo enmarcada a dar conocer a Taisha como destino turístico en el mercado objetivo.

Variable independiente: Estrategias comunicacionales.

6. METODOLOGÍA

6.1 Tipo de investigación

La investigación social se define como el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social (investigación pura) o que permite estudiar una situación social para diagnosticar necesidades y problemas a los efectos de aplicar los conocimientos con finalidades prácticas (investigación aplicada).

Bajo este contexto la Investigación realizada se enmarca dentro de lo social, contiene estrategias cualitativas y cuantitativas, se utilizó componentes descriptivos, exploratorios y concluyentes.

Las estrategias Cuantitativas permitieron hacer un levantamiento estadísticos acerca del flujo de turistas con los cuales se pretende interactuar y los estudios poblacionales por parte del INEC y GAD Municipal de Taisha.

Con las estrategias cualitativas se estableció el escenario de estudio a través de distintas perspectivas conducidas con procedimientos rigurosos.

En el componente descriptivo se detalla la situación actual del problema como tema de investigación donde se determina la situación municipal actual donde funciona la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo y el detalle de la situación turística cantonal en cuanto a la actualización del inventario de atractivos turísticos y servidores turísticos.

En el componente exploratorio se examinó el mercado de interacción en base a lo local, nacional e internacional tomando en cuenta las competencias municipales, además se utilizó fuentes secundarias puesto que se recurrió a libros, manuales e investigaciones realizadas.

En el componente concluyente se evaluó y seleccionó estrategias de acción comunicacionales concretas a ser tomadas en cuenta en cada una de las estrategias comunicacionales planteadas.

6.2 Fuentes

Primarias: Se realizaron entrevistas a los técnicos de la Secretaría de Turismo, señor alcalde y servidores turísticos con el objetivo de determinar las falencias existentes en la actividad turística cantonal.

Secundarias: Se recopiló la información proporcionada por el GAD Municipal de Taisha, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial y normativa legal.

6.3 Métodos y procedimientos de investigación

La presente investigación tiene como finalidad plantear estrategias comunicacionales que permitan el adecuado posicionamiento en el mercado, del potencial turístico del cantón Taisha, provincia de Morona Santiago; con este propósito, se planteó el proceso de comunicación, se conoció las expectativas y necesidades de los servidores turísticos, ciudadanía en general y Secretaria técnica de Gestión de Turismo; de manera que se utilicen efectiva y eficazmente los recursos destinados a la Secretaría en mención.

Documental: a través de este método se generó toda la información necesaria en el proceso investigativo lo cual permitió establecer el correcto desarrollo de la investigación y planteamiento de las posibles soluciones.

Análisis de Contenido: Se realizó un minucioso análisis de la información recolectada a través de documentos y observación directa del mercado objetivo para establecer criterios de aplicación de las estrategias comunicacionales.

Heurística: Se analizó de manera profunda toda la información recolectada para establecer los criterios que conllevaron a tomar la decisión, de rediseñar la imagen turística del 2009 y establecerla como imagen institucional ya que se tomó la decisión de crear una nueva imagen turística cantonal, alineada a la imagen institucional y a la imagen turística nacional.

Etnográfica: Se utilizó este método para identificar las fortalezas culturales ya que este cantón en su gran mayoría está integrado por la Nacionalidad Shuar y Nacionalidad Achuar, mismos que conforman un potencial turístico cultural.

Técnicas e Instrumentos

Observación Directa: La observación se realizó de manera localizada y selectiva, recabando información sobre los procesos que se han desarrollado en la municipalidad y servidores turísticos para obtener un marco de referencia del proceso que se ha llevado en materia de turismo.

La entrevista Profunda: Se utilizó esta técnica inmersa dentro de la investigación social ya que este medio aporta datos más detallados que aquella recogida mediante la encuesta, ya que se puede profundizar en situaciones que a través del cuestionario no es posible debido al volumen de entrevistados. La información obtenida a través de esta técnica sirve para efectuar análisis de tipo cualitativo.

Se estableció mediante el diálogo abierto previo el tema establecido, con las coordinadoras de la Secretaría de Turismo, el señor alcalde Lic. Celestino Wisum, y dos servidores turísticos, puesto que inciden directamente en la determinación del problema.

La selección de los entrevistados en el GAD Municipal se determinó puesto que el señor alcalde es el administrador de la institución municipal, es quien establece los lineamientos o proyecciones de desarrollo cantonales, las coordinadoras de turismo ya que son las encargadas de gestionar y emprender las actividades o estrategias que sean necesarias para desarrollar la actividad turística cantonal y dos servidores turísticos, propietarios que invierten en sus negocios y procuran mejorar el servicio prestado.

En esta entrevista se contó con una guía de las temáticas a tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador.

Guion de preguntas dirigidas a la Secretaría de Turismo y señor Alcalde

1. ¿Cómo se encuentra la actividad turística cantonal actual?
2. ¿Cuáles son los principales factores que han ocasionado que la actividad turística no se desarrolle adecuadamente?
3. ¿Cuáles son las alternativas o estrategias que se deberían realizar para impulsar la actividad turística?

Guion de preguntas dirigidas a los empresarios turísticos

1. ¿Cómo se encuentra actualmente su negocio?
2. ¿Cuáles son los principales problemas que ha enfrentado su negocio que ha limitado el desarrollo adecuadamente?
3. ¿Cuál es el apoyo que debería brindar la institución municipal para impulsar la actividad turística?

La encuesta: constituye una estrategia de investigación que permite obtener información sobre determinadas variables que se necesita investigar para obtener un análisis descriptivo de los problemas o fenómenos que se desea obtener información. El instrumento utilizado para el desarrollo de la encuesta fue el cuestionario.

Para el desarrollo y aplicación de la encuesta se utilizó la teoría de las restricciones, enmarcando de esta manera la restricción de política, misma que engloba reglas, procedimientos, sistemas de evaluación entre otros.

La encuesta se aplica en base a una muestra tomada del universo de estudio, en este caso en particular no se calculó tomando en cuenta el registro de ingreso de visitantes al cantón ya que el flujo generado integra a visitantes y ciudadanos del cantón.

Con estos antecedentes se aplicó el cuestionario durante cinco días, segmentando el mercado exclusivamente a visitantes externos, pudiendo identificar que durante el tiempo trazado se desarrolló la investigación a 90 visitantes.

6.4 Manuales prácticos de la PYMES:

Con esta guía se ha identificado las estrategias y acciones para aplicarlas dentro de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, de modo que se pueda comunicar asertivamente la Gestión Municipal hacia el mercado objetivo y además se dé a conocer a Taisha como un destino turístico. A través de esta herramienta didáctica se pudo identificar cinco estrategias como: Comunicación Corporativa, Comunicación Externa, Comunicación Interna, Comunicación de Crisis y Comunicación de Responsabilidad Social Corporativa

7. MARCO TEÓRICO

La comunicación

La comunicación en términos generales es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Definición de comunicación

Niño (2007) comunicarse es el acto de hacer circular, compartir o intercambiar, por algún medio, experiencias (conocimientos, opiniones actitudes, emociones deseos, requerimientos, etcétera) entre dos o más personas, con un propósito particular, y en situaciones reales de la vida humana. La comunicación así concebida se caracteriza por ser un proceso que comprende, entre otros aspectos:

- La realización de actos que implican agentes personales.
- La interacción de varios elementos en un proceso.
- La necesidad de considerar entre los elementos un medio.
- La posibilidad de intercambiar o compartir experiencias.
- La integralidad de las experiencias, consideradas como el significado, el cual incluye contenidos cognitivos, afectivos, valorativos, estéticos, socioculturales.
- La globalidad de los actos, pues se realizan como un todo y en contextos reales.

Comunicación Pública

Ocampo (2011) la comunicación pública en las organizaciones se establece por las relaciones de obligatoriedad con el gobierno político de los estados; el pago de impuestos, las disposiciones técnicas y legales, el régimen laboral y las normas ambientales, entre otras.

Las relaciones con las organizaciones no gubernamentales, con quienes se pudiese establecer procesos de investigación y desarrollo, con miras a la producción de conocimiento.

Relaciones con la comunidad, como directo beneficiario de las acciones del orden social de la organización y donde se establece el impacto de las acciones productivas de la misma.

Las relaciones empresariales, dispuestas por las necesidades de dialogo con los directos competidores y con la finalidad de asociación para constitución de proyectos, alianzas estratégicas, gremios, etc.

Por último, las relaciones con los públicos denominados stakeholders, considerados como aquellos agentes identificables que en una situación específica podrían condicionar el buen nombre de la organización en perjuicio de su actividad productiva.

Plan de comunicación

Ocampo (2011) el plan de comunicación de una organización es el plan de desarrollo de la misma. Puede ser de carácter integral donde se incluyan todos los escenarios de la organización, interno y externo. Como plan de desarrollo se puede gestionar por proyectos, de acuerdo con las prioridades y los recursos de la organización.

El plan de comunicaciones de la organización concebido como el “modelo sinérgico” pretende establecer un criterio sobre la relación directa que existe entre la productividad de la organización y su correspondiente aporte al desarrollo de los países.

La Dirección de Comunicación

Costa (2010) la comunicación está a cargo del DirCom y es una dirección central única. Lleva a cabo una visión y una responsabilidad de conjunto sobre las comunicaciones en y de la empresa.

La Dirección de Comunicación cuenta con un jefe de prensa y otros colaboradores, quienes realizan una misión ejecutiva en el plano comunicacional/relacional. Este Departamento orienta y desarrolla las acciones institucionales y de comunicación de las diferentes direcciones. Y tiene una responsabilidad directa sobre la Identidad Corporativa y sus aplicaciones.

La Dirección de comunicación, liderada por el DirCom, es una dirección central única que contribuye a la ejecución y desarrollo de las responsabilidades del DirCom realizadas por medio de funciones puntuales y de procesos específicos.

Como Elaborar un Plan de Comunicación. Manuales prácticos de la PYMES

Tipos de comunicación

Existen distintas formas de clasificar la información y la comunicación.

Según la procedencia de la información dentro de la empresa, esta se divide en:

- **Ambiental:** la información que procede del entorno.
- **Interna:** la que procede y procesa la propia empresa.
- **Corporativa:** aquella que la empresa procesa y proyecta al entorno exterior.

Centrándonos en los tipos de comunicación, encontramos según el emisor de la comunicación, esta se puede distinguir en:

Vertical descendente: aquella que fluye desde los rangos superiores de la empresa (gerencia) hasta los rangos inferiores (empleados). Ejemplos de este tipo de comunicación son las órdenes, circulares, boletines de empresa, folletos de la empresa.

Vertical ascendente: aquella que fluye desde los rangos inferiores hasta los rangos superiores.

Los empleados tienen la posibilidad de expresarse y comunicarse con sus superiores. Ejemplo: encuestas, reuniones con el personal.

Lateral u horizontal: es la que se da en los equipos de trabajo, entre las distintas áreas de la organización que comparten funciones. La comunicación fluye entre iguales.

Según la participación del número de interlocutores la comunicación se puede clasificar en:

Monodireccional: se transmite únicamente la información en una vía, el receptor no da ninguna respuesta.

Bidireccional: es una comunicación de doble vía, permite retroalimentación, el receptor emite su respuesta. Este tipo de comunicación siempre es recomendable.

Multidireccional: la creciente complejidad de la sociedad provoca la creación de un cambio en la comunicación, hacia un modelo en el que no sólo participan emisor y receptor, sino que existen respuestas de diferentes grupos. Ejemplo de la multidireccionalidad de la comunicación se encuentra en Internet, donde diferentes personas pueden comunicarse simultáneamente.

Otras clasificaciones comunes de la comunicación son:

Verbal: aquella que se produce de forma oral, basada en el diálogo, discusión. Bajo este tipo de comunicación se debe prestar atención al tipo de palabras que el/los interlocutores utilicen.

No verbal: aquella que no se produce de forma oral, puede tratarse de comunicación escrita o la que se produce a través de la mirada, las posturas, expresiones, movimientos o la apariencia física. En este sentido cabe destacar que la información sensorial es básica en cualquier proceso de comunicación, y según estudios recientes la mayor parte de la información que retiene nuestro cerebro proviene del sentido de la vista, por ello es importante prestar atención a este tipo de comunicación.

La comunicación también puede dividirse en:

- **Formal o institucional:** aquella que se realiza mediante comunicados u otras herramientas oficiales y que contiene un mensaje supervisado por la jerarquía de la organización.
- **Informal:** aquella que es establecida entre los empleados de una organización. En muchos casos este tipo de comunicación es más fuerte que la formal y ignorarla puede afectar al desarrollo de la organización.

Y por último, podemos dividir la comunicación en:

- **Organizada:** aquella que se realiza en base a un plan y herramientas planificadas.
- **Improvisada:** es la que tiene lugar cuando no se planifica la comunicación y se produce de forma espontánea sin base a ningún plan.

Los planes de comunicación

Cada una de las áreas de comunicación de la empresa requiere, por su parte, desarrollar un plan más concreto y desglosado con los objetivos, público objetivo, estrategias y acciones, además de la medición de los resultados.

- **El manual de comunicación corporativa**
- **El plan de comunicación externa**

Plan de publicidad: entre los aspectos particulares de una campaña de publicidad a desarrollar se deben citar los siguientes:

- **Determinación de la estrategia creativa:** se concreta en el eje de la comunicación y el concepto y por otro lado en la codificación o forma del mensaje. Es decir lo que se quiere decir y la forma de decirlo o representarlo mediante imágenes u otros efectos.

Determinación del lema publicitario a desarrollar.

El éxito de la estrategia creativa a nivel de contenidos está en encontrar el insight o verdad del consumidor. Esa verdad que conecta con el consumidor y que este la asume como suya, es a través de esa identificación con el mensaje que el consumidor decide comprar el producto.

- **Determinación de la estrategia de medios:** escoger en qué medios y soportes se van a difundir los mensajes para alcanzar los objetivos de la campaña.
- **Plan de comunicación interna**
- **Manual de comunicación de crisis**
- **Plan de RRPP**
- **Programas de RSC**

Estrategias de comunicación

a. Estrategias de comunicación corporativa

1. Estrategias corporativas

- **Estrategia global de diferenciación**

Las empresas pueden seguir estrategias de diferenciación por atributos tangibles, intangibles, cada empresa se posiciona en diferentes valores.

- **Estrategia de asociación**

En contraposición la estrategia de asociación se refiere, a aquella que siguen las empresas que utilizan para identificarse los mismos valores o similares.

- **Estrategia mixta**

Se puede seguir una estrategia mixta.

2. Estrategias de lobby

Encontramos dos estrategias en el desarrollo de la actividad del lobbying.

- **Estrategia de lobby directo:**

El lobby directo es el realizado sin la participación de terceros. La empresa o el grupo de presión actúa directamente con la persona responsable y que tiene el poder de tomar las

decisiones. Es una estrategia directa. Implica que la empresa tenga un contacto y acceso directo a la persona de mayor responsabilidad.

- **Estrategia de lobby indirecto**

El lobby indirecto consiste en utilizar a la ciudadanía, el electorado u otros intermediarios para hacer valer una postura o un interés ante los poderes públicos. De modo que estos se hagan eco del interés que promueve la empresa y tomen una decisión favorable y la que la empresa busca.

b. Comunicación externa

Dentro de la comunicación externa, existen diferentes estrategias para el marketing, la publicidad e internet.

1. Estrategias de marketing

- **Marketing de captación**

Su estrategia se basa en conseguir nuevos clientes. Esta estrategia es más habitual en el pasado. Ya que ahora es cada vez más difícil captar nuevos clientes y todo el esfuerzo se centra en mantener y mejorar las relaciones con los existentes.

Políticas como precio o el lugar de ubicación de un producto son algunas de las herramientas que se utilizarán para alcanzar mayor número de clientes.

- **Marketing de fidelización o retención**

Su objetivo principal es mantener la fidelidad o lealtad de los clientes, aquellos que son los más rentables para la empresa, a través de una relación que produzca el mayor valor para el cliente. Esta estrategia se basa en prestar el mejor servicio al cliente, ofrecerle un producto personalizado a sus necesidades, poner en marcha programas de fidelización: regalos, tarjetas de puntos.

En esta estrategia, los clientes fieles son menos sensibles al precio y tienen un coste de cambio que representa una barrera para los competidores. Cuando un cliente se encuentra verdaderamente satisfecho con la oferta de la empresa, este puede actuar incluso como prescriptor de la misma, de ahí la importancia de esta estrategia.

- **Marketing one to one**

Consiste en una personalización total de la oferta y mensaje de la empresa. Se trata de conocer las necesidades del cliente y establecer una relación directa y especial con cada uno de ellos, one to one, uno a uno.

- **Marketing viral o buzz**

Es una estrategia que se basa en que son los propios clientes los que dan a conocer el producto a otras personas. Especialmente destaca esta estrategia a través de internet, donde son los propios consumidores que envían y dan a conocer la oferta de la empresa.

Esta estrategia que cada vez se está desarrollando con mayor importancia debido a la saturación publicitaria, puede utilizar foros donde los consumidores dejan sus opiniones u otras herramientas como el desarrollo de juegos o acciones de publicidad más innovadoras.

- **Marketing directa**

Estrategia que utiliza distintos medios publicitarios para conseguir una respuesta directa por parte del cliente. Generalmente busca el que se produzca la compra de la marca de la empresa, aunque también es muy común buscar generar contactos.

- **Marketing relacional**

Consiste en tratar de establecer una relación entre la empresa y el cliente. Una relación que sea duradera y beneficiosa para ambas partes.

- **Marketing emocional o experiencial**

El marketing emocional se centra en la gestión de las experiencias vividas por cada cliente con la marca y la empresa. En este sentido es fundamental crear un mundo para el cliente donde este participe.

- **Marketing permisivo**

Estrategia de marketing donde la empresa ya cuenta anticipadamente con el permiso del cliente para poder hacerle llegar ofertas comerciales.

2. Publicidad

- **Estrategia Above the line (ATL)**

Estrategia que implica el empleo de medios tradicionales o convencionales para publicitar la oferta y los mensajes de la empresa. Se trata de una estrategia que utiliza medios masivos para llegar al mayor número de público objetivo. Entre los medios masivos se encuentran: la televisión, radio, prensa y la publicidad exterior.

- **Estrategia Below the line (BTL)**

El empleo de una estrategia below the line se centra en utilizar medios no convencionales, que se caracterizan por ser menos masivos y más directos. Algunos de ellos son: las relaciones públicas, internet, marketing directo, promociones.

- **Estrategias 360º**

Se basan en la utilización de todos los medios publicitarios masivos y no masivos.

3. Comunicación web

- **Registro en buscadores u otros directorios**

Consiste en dar de alta la referencia web de la empresa en los principales buscadores de internet, con el objetivo de que se muestra la web de la empresa entre los resultados de búsqueda de los usuarios/as de internet.

El registro por ejemplo en directorios empresariales u otras páginas también es una de las estrategias de comunicación web.

- **Patrocinio de palabras claves o anuncios en buscadores**

Estrategia basada en elegir aquellas palabras con las que la empresa define lo que quiere comunicar.

- **Enlaces en otras páginas o bartering**

Intercambio de enlaces en páginas web o bartering (intercambio promocional), consiste en publicar enlaces a la página web de la empresa u otras páginas propias en otras páginas web.

- **Microsites y comunidades virtuales**

Webs desarrolladas específicamente para dar a conocer una acción en concreto de la empresa. Con carácter general suelen tener una validez determinada en el tiempo, pues son creadas para una actividad en concreto.

Una comunidad virtual es un punto de encuentro en internet para que usuarios/as con intereses comunes puedan chalar, debatir, compartir información.

- **E-mail marketing**

Utilización del correo electrónico como herramienta de comunicación directa y personalizada con el usuario. Este medio de comunicación está desbancando al fax y al correo postal, como otras formas de comunicación. En parte debido a: el bajo coste de la comunicación, que no depende de la distancia ni del número de destinatarios/as, la rapidez, posibilidad de adjuntar ficheros así como las distintas técnicas que ofrece como puede ser la posibilidad de encriptación.

- **Publicidad en internet**

Otra forma de publicidad en diferentes páginas web a través de banners o anuncios publicitarios en internet, ventanas emergentes o pop ups, botones que aparecen cuando el usuario/a consulta otras páginas y contenidos web.

- **E-commerce**

Intercambio de información y pago de los productos a través de internet. La entrega final se realiza en el mundo real, salvo aquellos bienes que pueden ser digitalizados. La estrategia de e-commerce supone ofrecer al consumidor un nuevo canal de venta diferente de las formas tradicionales, venta directa, a través de correo postal o por teléfono.

4. Estrategias de comunicación interna

- **Estrategia de contacto personal**

Es un canal que no puede controlarse, pero a la vez es altamente influenciable. Consiste en establecer y transmitir directa y personalmente la comunicación a través de cualquier persona de la organización. Es importante que los niveles jerárquicos estén capacitados para que el mensaje no se distorsione y para mejorar las relaciones interpersonales.

- **Estrategia de canales de comunicación controlados**

La comunicación interna es responsabilidad del o los departamentos que manejen las comunicaciones internas, de modo exclusivo. Con carácter general es más recomendable esta estrategia cuando el departamento/s encargados de la comunicación interna estén plenamente capacitados.

- **Estrategia de canales de comunicación masivos**

La comunicación interna es responsabilidad del departamento que maneja la imagen institucional de la empresa. De manera exclusiva el mensaje y las relaciones internas son manejados desde un departamento capacitado para ello.

5. Estrategias de comunicación de crisis

- **Estrategia del silencio o evasiva**

La estrategia del silencio está basada en ofrecer la mínima información posible o en no realizar ningún tipo de reacción. Esta estrategia se utiliza cuando la crisis es poco violenta o cuando está basada en rumores infundados y los medios de comunicación ejercen una presión débil. No es recomendable esta estrategia cuando se trata de una crisis grave.

- **Estrategia de la negación**

Basada en la negación de cualquier tipo de información y rechazando el interés por el tema. En caso de que la crisis esté justificada el resultado de utilizar esta estrategia será catastrófico. Es recomendable cuando la crisis es incierta o el factor que la provoca falsa, en cualquier caso se debe evitar el uso de esta estrategia de modo reiterado.

- **Estrategia de transferencia de responsabilidades**

Responsabilizar a otras partes es el modo de ejecución de esta estrategia, que permite ganar tiempo en el corto plazo. Cuando la empresa es totalmente inocente de cualquier acusación es recomendable.

- **Estrategia de confesión o responsable**

Se trata de reconocer la culpabilidad y responsabilidades de la empresa derivadas de la crisis. Es una estrategia de valor positivo que reafirma el sentido responsable de la empresa. Es importante dar argumentos y cerrar la crisis lo antes posible, ya que la sociedad reclama sinceridad pero castiga los errores. Por ello es recomendable zanjar cuanto antes la crisis y ponerse a trabajar en la recuperación de la imagen de la empresa.

6. Relaciones públicas y gestión de medios

- **Estrategia activa**

Aquella estrategia donde la empresa genera noticias y promueve una política activa para dar a conocer sus actividades y crear su imagen a través de su aparición en los medios de comunicación.

- **Estrategia pasiva**

Son los medios de comunicación los que interesados se ponen en contacto o buscan información sobre la empresa.

7. Responsabilidad social corporativa (RSC)

1. Estrategia de RSC

Aquella estrategia donde la empresa desarrolla políticas y programas sociales en alguno de los ámbitos más reconocidos.

2. Estrategia de no RSC

La empresa no desarrolla acciones de responsabilidad social corporativa.

Recuperado de:

http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf/06/07/2013

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y ACTIVIDAD TURÍSTICA CANTONAL.

1.1 Generalidades del entorno

El cantón Taisha, se encuentra ubicado en la Región Amazónica del Ecuador, en la Provincia de Morona Santiago, es uno de los cantones más extensos de la provincia y el único que no cuenta con una vía terrestre que lo conecte con la provincia y país. El territorio cuenta con una exuberante vegetación altamente conservada, donde habitan las Nacionalidades Shuar y Achuar con costumbres y tradiciones que aún se mantiene a pesar del tiempo.

Ubicación:

Cantón: Taisha

Cabecera cantonal: Taisha

Población Cantonal: 22820 hab.

Clima: 27 °C promedio.

Extensión: 7710km²

Altitud promedio: 510 m.s.n.m.

Límites:

Norte: la provincia de Pastaza.

Sur: El cantón Tiwintza y la República de Perú.

Este: La Provincia de Pastaza y la República de Perú.

Oeste: Los cantones Huamboya, Morona Y Tiwintza

División Política Administrativa:

El cantón Taisha se encuentra dividido en 5 parroquias:

Taisha, Huasaga, Macuma, Tuutinentza y Pumpuentsa

Vías de Acceso

Aérea.- Se puede ingresar al cantón Taisha por vía aérea desde la ciudad de Macas, Ciudad de Sucúa, en la Provincia de Morona Santiago o desde la parroquia Shell, Provincia de Pastaza.

Fluvial. - Otra manera de ingresar al cantón es a través de la vía terrestre Macas- Morona, hasta llegar a la Parroquia Puerto Morona y desde allí se puede navegar en el río Morona aproximadamente 6 horas e ingresar a puerto Nunkui , el cual se encuentra a 1 hora en vehículo hasta llegar a la ciudad de Taisha.

Tabla 1. Empresas de transporte aéreo

Empresas de Transporte Aéreo Privado		
Dirección	Empresa	Teléfono
Macas	Aerosangay	072-702-562
Macas	Aeromorona	072-700142
Macas	Amazonia Verde	072-702-647
Macas	AeroTaisha	072704218
Macas Sell	Aeroregional	072-702-433
Shell	Aero Tsensac	032795087

Elaborado por: Autor

Fuente: Trabajo de campo en las empresas aéreas.

1.1.2 Reseña histórica

El origen y la historia inicia en los años 20 cuando Taish, un gran guerrero Shuar se estableció con sus 2 esposas Anchumir y Mamat, sus hijos, familiares y su hermano, en lo que hoy es Macuma, sin embargo, por vengar la muerte de su hermano, una antigua costumbre muy arraigada en la cultura de los pueblos ancestrales, tuvo que moverse nuevamente con su grupo e internarse al interior de la selva para evitar una posible represalia; es así que se instaló en lo que hoy se conoce como la comunidad de San José.

En el año 1939, llegaron comisiones de exploración petrolera de la Compañía Royal Dutch Shell, quienes tomaron contacto con el único grupo de habitantes de la zona, liderados por Taish, y precisamente por esto, nombraron al lugar Campamento Taish.

En el año de 1956, ingresa a Taisha el Padre Otto Riedmayer de origen Alemán y dos años más tarde llega el Padre Luis Casiraghi de la misión salesiana junto con un grupo de jóvenes Shuar desde Sevilla Don Bosco, atravesando la cordillera del Cutucú, en busca de un lugar propicio para la fundación de la misión. La obra que los salesianos establecen en Taisha constaba de dos internados: un masculino y un femenino. El servicio de internado que los padres salesianos prestaron a la comunidad fue de 20 años.

Desde su inicio el Campo Taish, perteneció a la parroquia Morona, luego a la parroquia Miasal, para posteriormente pertenecer a Huasaga.

El 11 de Agosto de 1967, campo Taish es elevado a Categoría de Parroquia, siendo el Presidente de la República el Dr. Otto Arosemena, con el decreto ejecutivo 165, aprueba la

creación de la Parroquia Taisha denominada así en honor al Shuar Taish, parroquia que pertenece al cantón Morona.

El 28 de Junio de 1996, el Arquitecto Sixto Duran Ballén, Presidente de la República, mediante el decreto legislativo N° 123 expedida el 6 de junio de 1996 y publicada en el Registro Oficial N° 977, “considera conveniente que la parroquia Taisha, de la jurisdicción del cantón Morona de la provincia de Morona Santiago, ubicada en el extremo nororiental de la provincia comprendida entre el río Pastaza, la cordillera de Cutucú y la frontera sur con el Perú, se convierta en cantón.

1.1.3 Población

De acuerdo al Censo 2010, el cantón Taisha cuenta con 18437 habitantes, en donde el 50,8% pertenecen al género masculino y el 49,2% pertenece al género femenino.

El GAD Municipal de Taisha realizó un Censo municipal con el desarrollo del PDOT-TAISHA 2011, donde validó la información obtenida por parte del estudio contratado, que identificó un número aproximado de 22820 habitantes, mismo que es mayor al número de habitantes identificado en el Censo Nacional del 2010.

Tabla 2. Población del cantón Taisha por parroquia

<u>PARROQUIAS</u>	<u>T. HABITANTES</u>	<u>URBANO PARROQUIAL</u>	<u>RURAL PARROQUIAL</u>
Tuutin Entsa	4834	669	4165
Macuma	5576	100	5476
Huasaga	1585	477	1108
Pumpuentza	2907	271	2636
Taisha(comunidades)	5746		5746
Cabecera Cantonal	1986	1986	
Colonias (mestizos)	186	186	
Total	22820	3689	19131

Fuente: PDOT-TAISHA 2011)

La población cantonal se distribuye en la parroquia Tuutin Entza con 4834 hab., en la Parroquia Macuma con 5576 hab., en la Parroquia Huasaga con 1585 hab., en la Parroquia Pumpuentza con 2907 hab., en la Parroquia Taisha (comunidades) con 5746 hab., en la cabecera Cantonal con 1986 hab. y en las colonias de mestizos con 186 habitantes.

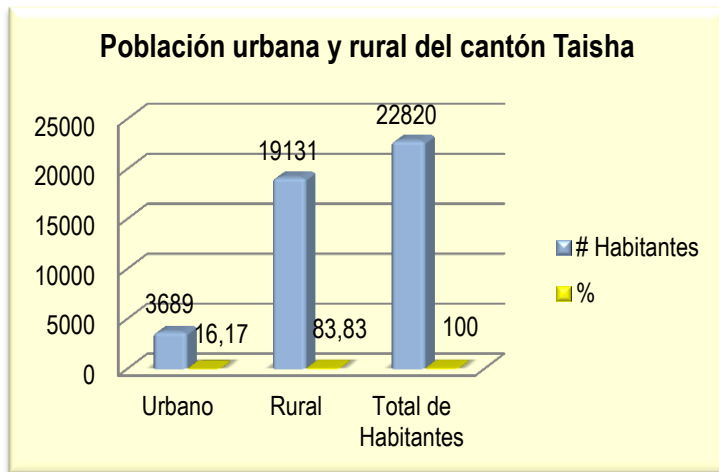


Gráfico 1: Población urbana y rural del cantón Taisha
Fuente: PDOT-TAISHA 2011

De acuerdo a la distribución poblacional, indica que el 16,17% de la población se concentra en el centro urbano de la cabecera cantonal y en el sector rural con el 83,83.

1.1.4 Distribución de la Población Según Tipo de Cultura

Los datos de la estadística cantonal indican que aproximadamente 21.826 habitantes se auto identifican que pertenecen a una nacionalidad o pueblo indígena.

Tabla 3. Como se identifica según su cultura y costumbres

Auto identificación según su cultura y costumbres	# Personas	%
Nacionalidad o Pueblo (Indígena)	21873	95.85
Mestizo/a	858	3.76
Blanco/a	62	0.27
Afro ecuatoriano/a Afro descendiente	11	0.05
Montubio/a	9	0.04
Mulato/a	2	0.01
Otro/a	5	0.02
Total	22820	100.00

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

De acuerdo al levantamiento de información acerca de cómo se identifica la población en el cantón se puede evidenciar que 21873 ciudadanos se identifican como indígenas, 858 se auto identifican como mestizos, 62 como blancos, 11 afro ecuatorianos o afro descendientes, 9 montubios, 2 Mulatos y 5 se identifican de diversas maneras.

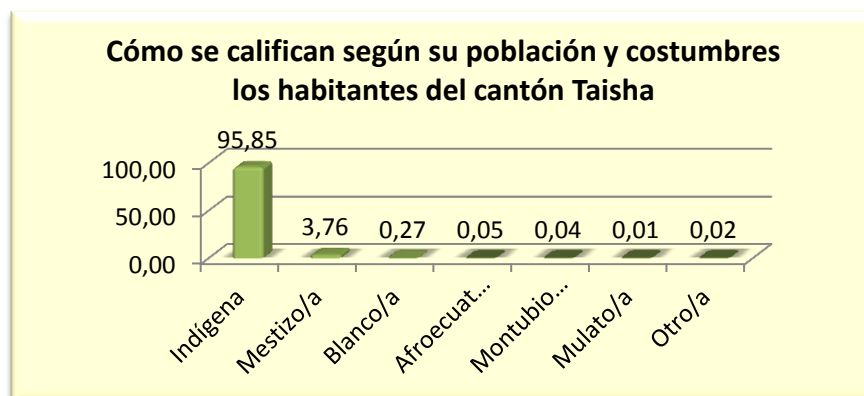


Gráfico 2: Cómo se califican según su población y costumbres los habitantes del cantón Taisha.
Fuente: PDOT-TAISHA 2011

Como el gráfico indica el 95,85% de la población se auto identifica como indígena, el 3,76 como mestizo y el 0,39 se idéntica como blanco, afro ecuatoriano, montubio, mulato u otro.

1.1.5 Nacionalidad de la Población

Tabla 4: Nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece la población de Taisha.

Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece	# Personas	%
Shuar	15988	73.10
Achuar	4457	20.38
Cofán	74	0.34
Kichwa de la sierra	44	0.20
Shiwiar	37	0.17
Andoa	31	0.14
Secoya	26	0.12
Awa	15	0.07
Puruhá	4	0.02
Chachi	2	0.01
Otavalo	2	0.01
Chibuleo	2	0.01
Kisapincha	2	0.01
Kañari	2	0.01
Se ignora	1185	5.42
Total	21873	100

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

En cuanto a la Nacionalidad se identifican 15988 habitantes como pertenecientes a la Nacionalidad Shuar, 4457 se identifican como Nacionalidad Achuar, 74 como Kichwa de la sierra, 1185 ignora su pertenecía y los 167 restantes se identifican como Shiwiar, Andoa, Awa, Puruha, Chachi, Otavalo, Chibuleo, Kisapincha y Kañari.

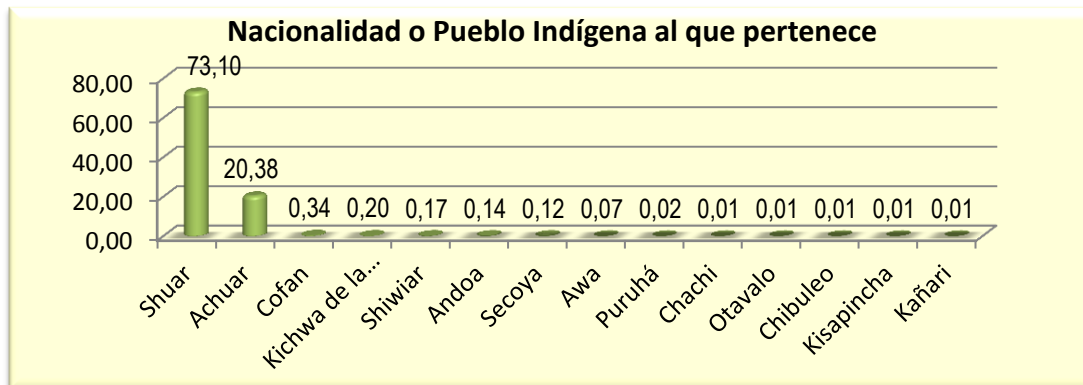


Gráfico 3: Nacionalidad o Pueblo indígena al que pertenece
Fuente: PDOT-TAISHA 2011

Como el gráfico indica el 73,10% de la población se identifica dentro de la Nacionalidad Shuar, el 20,38 pertenece a la Nacionalidad Achuar y el 6,52 se identifica como Cofan, Kichwa de la Sierra, Shiwiar, Andoa, Awa, Puruhá, Chachi, Otavalo, Chibuleo, Kisapincha y Kañari.

1.1.6 Densidad Poblacional

La densidad poblacional en el área urbana del cantón Taisha y de acuerdo al POT Urbano es de 51.88 Habitantes/Ha (0.52 habitantes/km²), siendo una densidad baja, lo que refleja que es una localidad en crecimiento.

1.1.7 Natalidad

De acuerdo al SIISE la tasa de natalidad en el cantón Taisha es del 39,97%.

La tabla a continuación muestra que de las 3.134 mujeres que contestaron a la pregunta A qué edad tuvo su primer hijo o hija formulada en el Censo INEC 2010 determino que en el cantón Taisha, los mayores porcentajes de la edad en la que las mujeres conciben a su primer hijo son a los 15 años, 16 años, 17 años y 18 años, con el 9,35%, 11.61%, 10.91% y 9.76% respectivamente:

1.1.8 Población Económicamente Activa (PEA)

La población en edad de Trabajar considerando desde los 10 años o tasa global de participación laboral corresponde al 54,18% del total de la población de la parroquia con 9.989 personas.

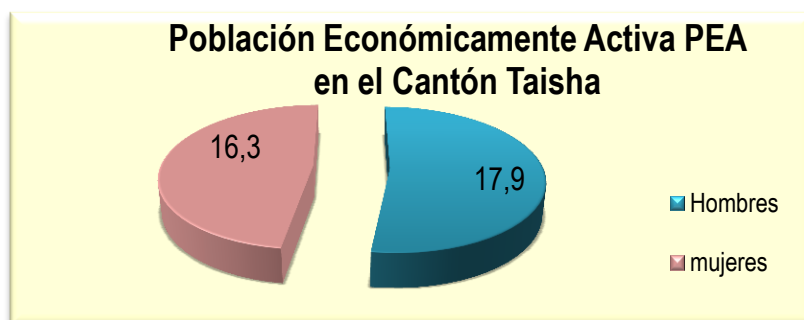


Gráfico 4. Población económicamente Activa PEA en el Cantón Taisha.
Fuente: PDOT-TAISHA 2011

La Población económicamente activa o tasa bruta de participación laboral corresponde al 34,28%, siendo 6.320 personas, de este total el 17,9% corresponde a Hombres con un número de 3.300 personas y el 16.3% corresponde a Mujeres con 3.103 personas:

Campo Ocupacional

Tabla 5. Categoría de ocupación en el cantón Taisha

Categoría de ocupación	Total	% Total
Cuenta propia	4618	59
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	961	12
Se ignora	877	11
Trabajador/a no remunerado	474	6
Socio/a	375	5
Patrono/a	222	3
Empleado/a u obrero/a privado	199	3
Jornalero/a o peón	81	1
Empleado/a doméstico/a	16	0
Total	7824	100

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

En el campo ocupacional 4618 ciudadanos trabajan por cuenta propia, 961 son empleados en varias instituciones del estado, 877 se ignora su trabajo, 474 son trabajadores no remunerados, 375 son socios y 518 son patronos, empleados u obreros privados, jornaleros o peón y empleado/a doméstico/a.

1.1.9 Migración

Emigración permanente

Según la información del censo Poblacional y Vivienda de 2010 (INEC 2010) la migración hacia fuera del cantón Taisha es decir la emigración, no es un factor importante en la dinámica poblacional del cantón.

Tabla 6. Sexo del migrante

Sexo del migrante	Casos	%
Hombre	28	74
Mujer	10	26
Total	38	100

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

Existe un registro de 28 casos de migración por parte del sexo masculino lo cual equivale al 74% del total en relación al sexo femenino ya que se registró 10 casos de migración femenina que equivale al 26% del total de los registros.

Motivo de viaje migratorio

Si bien, no existe mayor problema de emigración en el cantón Taisha, es importante entender las características y motivaciones de los pocos habitantes que emigraron.

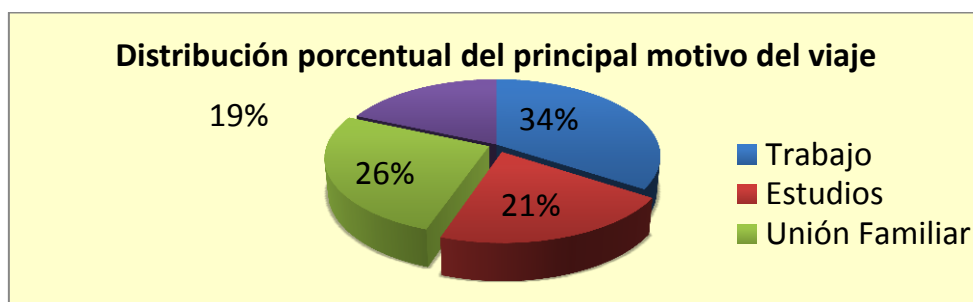


Gráfico 5. Principal motivo de viaje.

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

De las pocas personas que emigraron los principales motivos fueron:

- trabajo (34%), - unión familiar (26%) – estudios.

1.1.10 Educación

La información de la población cantonal validada el 2011 con el Censo del 2010, tenemos que de los 22820 Habitantes aproximadamente 18.728 contesta acerca del nivel de instrucción al que asiste o asistió:

De los 18.728 habitantes que contestan, tenemos:

Nivel de Instrucción Educativa

Tabla 7. Nivel de Instrucción de la población del cantón Taisha.

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%
Primario	6235	33.29
Educación Básica	4806	25.66

Secundario	2249	12.01
Ninguno	1549	8.27
Bachillerato - Educación Media	1408	7.52
Superior	468	2.50
Centro de Alfabetización/(EBA)	281	1.50
Ciclo Pos bachillerato	157	0.84
Preescolar	150	0.80
Postgrado	7	0.04
Se ignora	1416	7.56
Total	18728	100.00

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

En cuanto al nivel de instrucción educativa cantonal se registra el 33.29% de la población con instrucción primaria, el 25.66% cuenta con el nivel básico, el 12.01% registra una instrucción a nivel secundario, el 2.50% cuenta con un nivel de preparación superior, el 0.04 se preparó a nivel de postgrado y el 26.5% restante se registra con Bachillerato- educación media, Alfabetización, ninguno, ciclo pos bachillerato, preescolar, se ignora.

Población Estudiantil

Tabla 8. Asiste actualmente a un establecimiento de enseñanza regular

Asiste a un establecimiento Educativo	# Personas	%	% Valido	% Acumulado
Si	7397	40,1	50,4	50,4
No	7294	39,6	49,6	100,0
Total	14691	79,7	100,0	
No contesta	3746	20,3		
Total	18437	100,0		

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

Actualmente asiste a un establecimiento educativo, el 50.4%, y el porcentaje restante 49.6% no asiste a un establecimiento educativo.

1.1.11 Salud

En el canton Taisha de acuerdo al mapeo participativo cuenta con 21 centros de salud, de los cuáles 18 son puestos de salud, dos subcentros de Salud y un Hospital Cantonal.

En la atención de la Salud el cantón Taisha se encuentra dividido en dos áreas:

- Área de Salud N° 1 Morona
- Área de Salud N° 2 Taisha donde se atiende en el Hospital San José lo localizado en la cabecera cantonal.

Bajo esta zonificación al área de salud N° 1 Morona pertenece la parroquia Macuma y el resto del Cantón con las parroquias Taisha, Pumpuenta, Tuutin Entsa y Huasaga pertenecen a la zona del área de Salud N° 2.

Morbilidad y/o Principales enfermedades

Tabla 9. Atención en Salud en el Área N° 1 Morona

PRINCIPALES CAUSAS DE ENFERMEDAD	%
Amigdalitis aguda	25%
Infecciones intestinales	17%
herpes simple	14%
Anemias por deficiencia de hierro	11%
Escabiosis	6%
Dorsalgia	4%
Bronquitis crónica no especificada	3%
Conjuntivitis	3%
Neumonía, organismo no especificado	3%
Amigdalitis aguda	3%
Diarrea y gastroenteritis de presunto origen infeccioso	6%
Gastritis y duodenitis	4%
Bronquitis crónica no especificada	2%

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

Como las principales enfermedades registradas consta en un 25% de Amigdalitis aguda, el 17% de infecciones intestinales, el 14% de herpes simple, el 11% de anemias por deficiencia de hierro y el 33 restante registra enfermedades como escabiosis, dorsalgia, Bronquitis crónica no especificada, Conjuntivitis, Neumonía, organismo no especificado, Amigdalitis aguda, Diarrea y gastroenteritis de presunto origen infeccioso, Gastritis y duodenitis y Bronquitis crónica no especificada.

1.1.12 Servicios básicos

- Agua consumo Humano

La ciudad de Taisha cuenta con dos fuentes de captación de agua para el consumo humano, las mismas que se encuentran localizadas en la parte noroeste del cantón, de las cuales se distribuye para la Zona 1 de área urbana cantonal de forma directa sin ningún tipo de tratamiento del agua. La otra fuente de agua se dirige hacia la planta de tratamiento localizada en la comunidad San Luis. (PDOT-TAISHA 2011).

- Alcantarillado

En el área urbana del cantón Taisha, el 50% de los predios se encuentran atendidos con el sistema de alcantarillado, con una red de tubería que cubre los 10.7 Km. El otro 50% de los predios que no cuentan con este servicio poseen otros medios de evacuación como pozos ciegos, pozos sépticos, desemboque directo al río y en terreno baldío. De acuerdo a los estudios del POT Urbano, el que no se dota a todos los predios de alcantarillado se debe a que no se han dejado las acometidas o conexiones pertinentes.

Para el sistema de alcantarillado urbano se construyó 3 tanques para el tratamiento de las aguas servidas en la parte sur de la ciudad, los cuales luego desembocan en las aguas del río Wambimi.

Los tanques de tratamiento se encuentran en mal estado e incluso uno de ellos no funciona; los otros dos no han cumplido su función a cabalidad, puesto que al primer tanque al que ingresan las aguas no se llena, sin dar actividad alguna al siguiente.

De forma general las 170 comunidades del cantón no cuentan con alcantarillado, siendo la forma de eliminación de las excretas por letrinas, al aire libre, los establecimientos educativos poseen letrinas en regular estado. (PDOT-TAISHA 2011)

- Aseo Público/Recolección de basura

De acuerdo al POT Urbano, la ciudad de Taisha EL 83% de las viviendas eliminan los desechos sólidos mediante el carro recolecto, mientras que el 17% restante elimina a través de otros medios como botar al aire libre en terrenos baldíos o en el barranco, otros incineran o simplemente lo botan al río.

La ciudad posee una planta de tratamiento de desechos sólidos de una superficie aproximada de 5 ha, la misma que se localiza a 6 Km de la cabecera cantonal en la vía hacia la parroquia Tuutin Entsa.

La forma de recolección de basura del área urbana cantonal es de puerta a puerta, mediante un camión que recoge la misma. Dependiendo de la clasificación establecida en la Municipalidad de los residuos, la recolección se la realiza de la siguiente forma:

- Residuos Orgánicos. Se recolecta los días martes y jueves, para luego ser llevados a la planta de tratamiento, donde se separan los residuos, la descomposición de los

residuos dura aproximadamente 20 días y se obtiene el abono para las jardinerías de la ciudad.

- Residuos Inorgánicos su recolección se realiza los días Lunes, Miércoles y Viernes. En la planta de tratamiento se realiza la separación de vidrios y botellas plásticas. (PDOT-TAISHA 2011)

1.1.13 Viabilidad

El cantón Taisha, por estar ubicado en la parte Sur Oriental de la república del Ecuador y por encontrarse luego de atravesar la cordillera de Trans Kutuku en sentido Occidente Oriente y por contener una cobertura exuberante de vegetación arbustiva, presenta una complicada posibilidad a la construcción vial, pues la única conexión que es mayormente factible de realizarlo es a través de una vía que conecta entre Macas siguiendo por la cabecera parroquial de Macuma hasta llegar a la cabecera Cantonal de Taisha, se prevé que esta vía será terminada en un futuro con apoyo directo del Gobierno provincial, por lo que no existe conexión vial terrestre, desde las zonas externas al cantón Taisha.

Al interior del cantón Taisha existen vías carrozables que conectan al centro cantonal con las comunidades de San Luis, San José, centro Panki, Colonia La Libertad, Colonia Tres de Noviembre, Shinkiatam, Tintuikentsa, la cabecera parroquial de Tuutin Entsa, Tsentsakentsa, Putuns, Yamanunca, Nukiununka, con aproximadamente 115 km de vía abierta, considerándose solo una parte mínima de interconexión interna en el cantón. Esta vía es solo lastrada, es decir camino abierto con maquinaria y en algunos casos con material pétreo en la capa superior, y de un ancho promedio de aproximadamente 6 m.

El resto de interconexiones internas son denominados “senderos”, que son caminos abiertos por los habitantes sin la utilización de maquinaria pesada, el mismo que se utiliza para el paso peatonal y de animales. En su mayoría estos senderos interconectan con casi todas las comunidades y son los más utilizados por los habitantes, estos senderos necesitan de su mantenimiento para que puedan dar sus servicios y en la mayor parte son mantenidos por los mismos habitantes. (PDOT-TAISHA, 2011)

1.1.14 Movilidad y Transporte

- Terrestre

No existe interconexión vial terrestre carrosable desde las zonas o localidades externas al cantón por lo que únicamente se dispone de conexión aérea hasta el centro cantonal y las comunidades que disponen de pistas de aterrizaje. Sin embargo existe también el flujo terrestre de habitantes en especial de las comunidades ubicadas en la parte occidental, los mismos que se transportan a pie, utilizando la vía en construcción que llega cerca de Macuma.

Es importante anotar que muchas de las vías en la cartografía nacional, no son reconocidas por los pobladores en el proceso de Mapeo Participativo, por lo que se ha tenido que ajustar mucha información correspondiente a este aspecto. (PDOT-TAISHA 2011)

- **Aéreo**

Las aeronaves que ingresan al cantón son de pequeña envergadura en su mayoría las de tipo cesna, de un solo motor y en menor intervalo las de dos motores, por lo tanto se constituyen el único medio de transporte rápido a las distintas localidades del cantón Taisha.

El centro de transferencia de pasajeros que distribuyen a las distintas comunidades del cantón son frecuentemente desde el aeropuerto de Macas provincia de Morona Santiago y en menor magnitud del terminal aéreo de la Shell provincia de Pastaza. (PDOT-TAISHA 2011).

Tabla 10. Destinos aéreos

FUENTE	DESTINO	LONGITUD (LÍNEA RECTA) KM
Macas	Taisha (Centro)	68
Shell	Taisha(Centro)	
Macas	Macuma (Cabecera Parroquial)	53
Macas	Tuutintsa (Cabecera Parroquial)	77
Macas	Pupuentza (Cabecera Parroquial)	89
Macas	Huasaga (Cabecera Parroquial)	133
Taisha (Centro)	Macuma (Cabecera Parroquial)	34
Taisha (Centro)	Tuutintsa (Cabecera Parroquial)	20
Taisha (Centro)	Pupuentza (Cabecera Parroquial)	22
Taisha (Centro)	Huasaga (Cabecera Parroquial)	66

Fuente: PDOT-TAISHA 2011

No existen itinerarios fijos de salida al interior del cantón Taisha, estos están disponibles en base a la demanda de pasajeros existentes, sin embargo se nota claramente que existe un gran flujo aéreo desde Macas hasta el centro cantonal, ya sean motivos de transporte de pasajeros como de carga (víveres y otros tipos de encomiendas).

También existe la modalidad de alquiler de avioneta, en esta modalidad los viajeros pueden hacer viajes a cualquier lugar del cantón, los precios varían en dependencia de la distancia y de la empresa que se contrate. (PDOT-TAISHA 2011)

- **Fluvial**

El flujo fluvial se lo hace tanto al interior del cantón como también para tener otra opción de comunicación con el exterior.

En el interior al ser una característica propia del oriente ecuatoriano existen en la zona una gran cantidad de ríos de los cuales muchos sirven para navegación, por lo cual son utilizados por los pobladores como medio de comunicación.

En la comunicación tanto interna y sobre todo al exterior del cantón, el principal acceso es el río Cangaime, que quienes desean salir por esta vía tendrán que pasar por el centro parroquial de Tuutin Entsa y trasladarse hasta el puerto que da acceso al río Cangaime que se constituye como una de las arterias fluviales existentes en el cantón, pues este río atraviesa un gran porcentaje del territorio cantonal, como se puede ver en la figura a continuación, este medio también es utilizado para movilizar tanto personas, animales y equipo o material pesado que se necesita en las diferentes comunidades de la parroquia.

El itinerario para llegar al centro cantonal desde Macas utilizando la vía fluvial es el siguiente: El transporte es por turnos y comunica Tuutin Entsa – Puerto Kashpaim; desde este punto se comunica a Macas por tierra. Ver Corema 1 Análisis de la movilidad Poblacional y vínculos de relación. En el corema se resaltan los sitios más importantes de comunicación fluvial (Tuutin Entsa, Puerto Kashpaim) hacia el interior del cantón Taisha y la conexión vía terrestre con Macas. (PDOT-TAISHA, 2011)

1.2 Análisis del mercado turístico

1.2.1 Turismo interno y receptor de Morona Santiago

Según el estudio realizado por el Ministerio de Turismo en la provincia de Morona Santiago se puede visualizar que en el registro no existe flujo turístico hacia el Cantón Taisha.



Grafico 6. Destinos visitados en Morona Santiago (turismo interno)
Fuente: Ministerio de Turismo

El turismo en Morona Santiago equivale al 0,08% de la totalidad de viajes realizados en el país, esto corresponde a 18.871 viajes durante los meses de octubre a diciembre.

En el grafico se puede observar que el destino más visitado en la provincia es el cantón Morona con el 60,4% , seguido del cantón Sucúa con 13,3%, Santiago con el 9% de visitantes, Gualaquiza cuenta con un 8,2%, Logroño concentra un 3,6%, Limón Indanza registra 2,8, San Juan Bosco muestra un 1,5 y Tiwintza identifica un 1,1%.

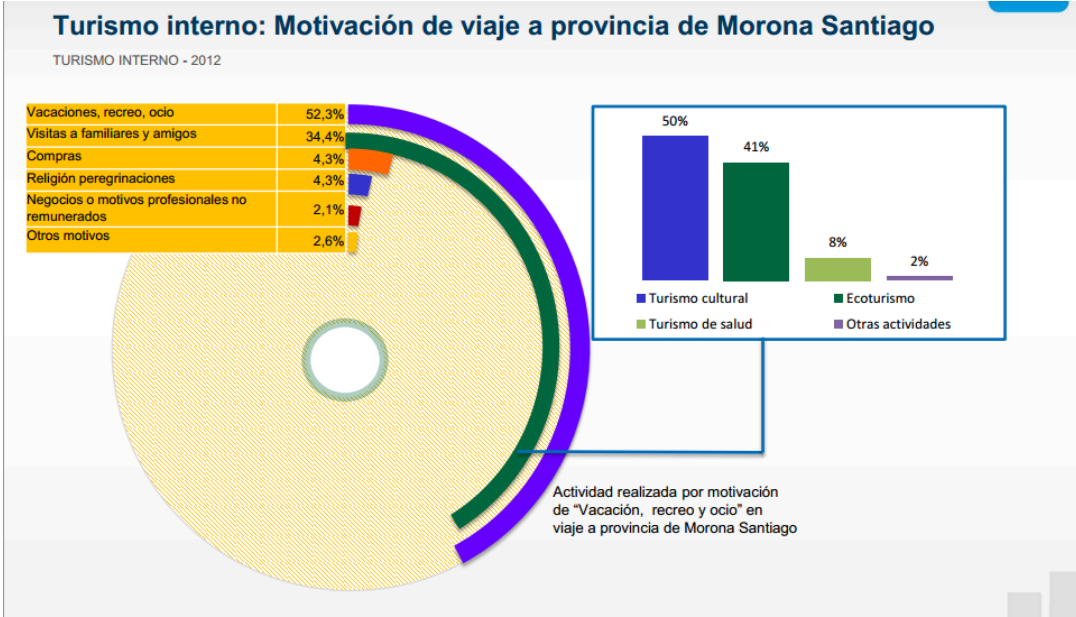


Grafico 7. Motivación de viaje a Morona Santiago (Turismo interno)
Fuente: Ministerio de Turismo

En cuanto al turismo interno, se puede visualizar que el 50% de turistas desarrolla turismo cultural, el 41% Ecoturismo, el 8% realiza turismo de salud y el 2% otras actividades, tornándose importante identificar que 52,3% viaja por vacaciones, recreo, ocio, el 34,4% realiza visita a familiares y amigos, el 4,3% realiza compras, el 4,3% viaja por religión peregrinaciones, el 2,1% viaja por negocios o motivos profesionales no remunerados y el 2,6% viaja por otros motivos.

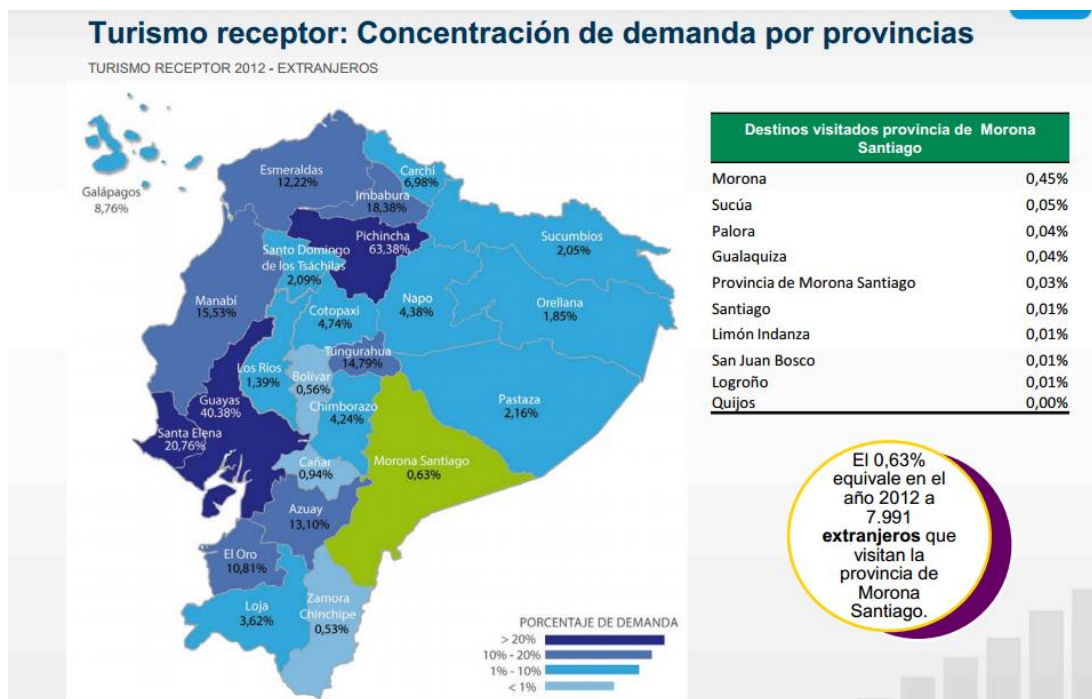


Grafico 8. Destinos visitados en Morona Santiago (turismo receptor)
Fuente: Ministerio de Turismo

El 0,63% de turistas extranjeros que visitaron Morona Santiago equivale en el año 2012 a 7991 turistas.

La concentración de la demanda en cuanto a turismo receptor se refiere, en la provincia se registra el mayor flujo en el cantón Morona con un 0,45%, el cantón Sucúa registra un 0,05%, el cantón Palora muestra un 0,04%, el cantón Gualaquiza identifica un 0,04% y en menor cuantía le sigue Santiago, Limón Indanza, San Juan Bosco y Logroño.

Motivación de viaje de turistas que incluyeron la provincia de Morona Santiago durante su viaje al Ecuador

TURISMO RECEPTOR 2012 - EXTRANJEROS

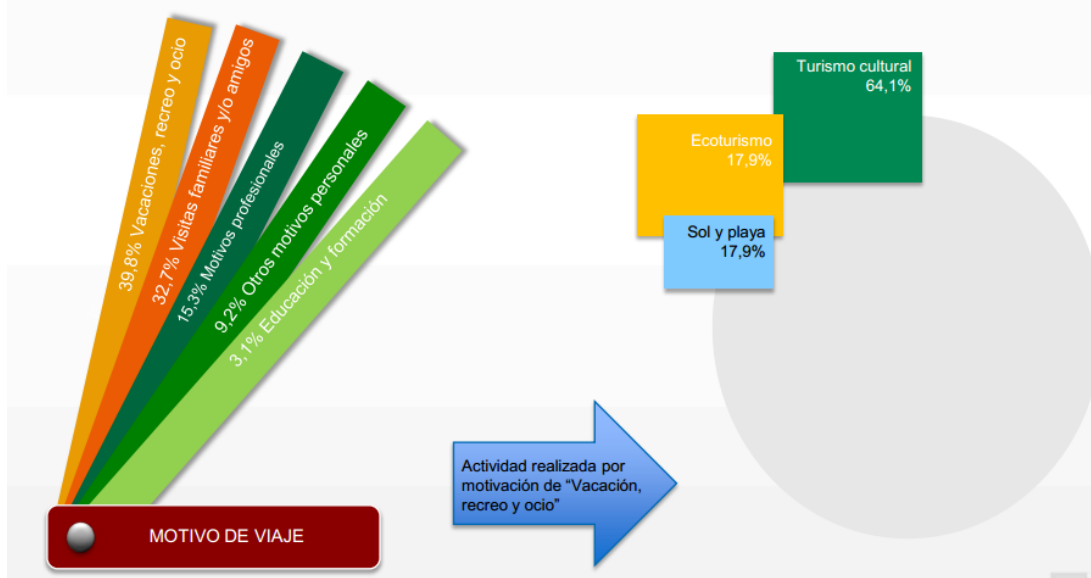


Gráfico 9. Motivación de viaje (turismo receptor)

Fuente: Ministerio de Turismo

La motivación principal del viaje incurre en un 39,8 en lo que tiene que ver a vacaciones, recreo y ocio, el 32,7% constituye visitas a familiares o amigos, el 15,3% se establece en motivos profesionales, el 9,2% se identifica en otros motivos personales y el 3,1% constituye a otros de educación y formación.

Las actividades realizadas en el motivo del viaje concentra en un 64,1% en la modalidad de turismo cultural, en la modalidad de Ecoturismo se registra un 17,9% y en la modalidad de sol y playa existe un registro del 17,9%.

Análisis del Turismo Interno y Receptor de la provincia de Morona Santiago.

Turismo Interno: La investigación demuestra que el destino más visitado es el Cantón Morona, seguido en menor cuantía de siete cantones, lo cual indica que 4 cantones no han registrado un movimiento relevante en turismo por lo cual no se los menciona. El estudio identifica que el turismo cultural es la modalidad más desarrollada por parte de los turistas, seguida de turismo de salud y Ecoturismo. Se muestra que el principal motivo de viajes se realiza por vacaciones, recreo, ocio.

Turismo Receptor: El registro identifica que el mayor flujo se genera en el cantón Morona seguido en menor proporción de siete cantones, sin identificar movimiento en los 4 cantones restantes puesto que no constan dentro de la investigación. El principal motivo de viaje se

genera por vacaciones, recreo, ocio. Las actividades realizadas en el motivo del viaje se concentran en turismo cultural y Ecoturismo en mayor medida.

Análisis: En base a la investigación del presente trabajo se puede identificar que el Cantón Taisha no ha registrado movimiento turístico relevante interno y receptor en base a la información proporcionada por el Ministerio de Turismo ya que no consta el cantón en los registros.

El flujo turístico interno y receptor en cuanto a la principal preferencia coinciden en turismo cultural y ecoturismo, actividades que en el cantón Taisha se realiza de manera exclusiva ya que el 95% de la población pertenece a la Nacionalidad Shuar y Achuar y además cuenta con una exuberante vegetación primaria que se conserva en altos porcentajes a nivel cantonal.

1.2.2 El Turismo en el Cantón Taisha

- Demanda

De acuerdo a los datos proporcionados por la DAC del aeropuerto Crnl. Edmundo Carvajal de la ciudad de Macas, al cantón Taisha en el año 2009 arribaron 2085 personas, en el año 2010 ingresaron 4441, en el año 2011 llegaron 7266, en el año 2012 visitaron Taisha 11728 pasajeros y en el año 2013 se incrementa el ingreso a 13054, lo cual señala que el ingreso de pasajeros al cantón Taisha se ha ido incrementando notablemente como se puede observar en el grafico 6.

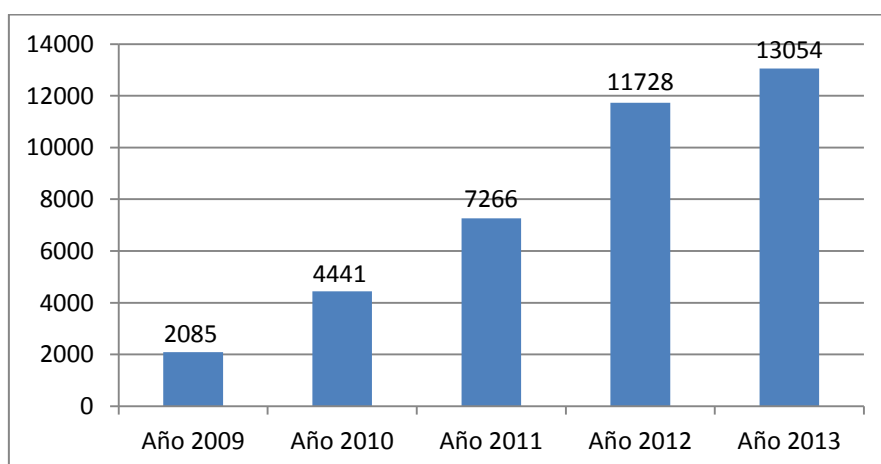


Gráfico 10. Ingreso de pasajeros Macas-Taisha
Elaborado por: Autor
Fuente: DAC, Aeropuerto Crnl. Edmundo Carvajal de Macas

- Oferta

El cantón Taisha ofrece a sus visitantes una infraestructura turística que en su mayoría se encuentra en la cabecera cantonal la cual se detalla a continuación:

Tabla 11. Establecimientos de alojamiento

LUGAR	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTO	HAB.	PLAZ.	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Taisha	Pensión	Taisha	6	12	Av. Arutam	3900045
Taisha	Pensión	Jea-mia	9	15	Av. Arutam	3900065
Taisha	Hostal	Mary	18	18	Av. Arutam y Yajanua	3900103
Taisha	Pensión	Manuela	6	6	Av. Arutam	3900043
Yuwints	Turismo comunitario	Centro Turístico Yuwints	8	22	Comunidad de Yuwints	

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos, STGT-2013

Tabla 12. Establecimientos de alimentación

ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTO	MES	PLAZ.	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Comedor	Pachakutik	4	16	Av. Arutam	3900057
Restaurante	La Costeñita	10	40	Av. Arutam	3900028
Comedor	El Forastero	3	12	Av. Arutam	3900036
Restaurante	Selva Alegre	8	32	Calle Yaa y ayumpum	3900125
Restaurant	Napurak	5	20	Av. Etsa y Yajanua	3900030
Comedor	Zoila-Piel	4	16	Av.- Arutam Frente Aéreo puerto	
Comedor	Sami	3	9	Av.- Arutam	3900037

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos, STGT-2013

Tabla 13. Cuadro de establecimientos de entretenimiento

ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Bar	Zoilita	Calle Shacay y Amuntai	3900119
Karaoke	Milenium	Av. Arutam y Yajanua	3900103
Discoteca	Al Son de las Maracas	Av. Nunkui y Yaa	3900017
Bar	Rincón de mis Amigos	Av. Arutam y Yaa	3900093

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos, STGT-2013

Tabla 14. Festividades y otros eventos

FESTIVIDAD	FECHA	SITIO
Carnaval	Febrero o marzo	Taisha
Fiesta de la Chonta	Febrero o marzo	Taisha
Fiestas de cantonización	28 de junio	Taisha
Viernes Culturales	Último viernes de cada mes	Taisha

Fuente: Secretaria Técnica de Gestión de Turismo

Realizado por: Autor

Análisis de la perspectiva turística a nivel de servidores turísticos.

Para obtener la información necesaria en cuanto a la perspectiva de turismo cantonal se aplicó la técnica de la entrevista profunda, utilizando el dialogo con los propietarios de servicios turísticos, en consecuencia se pudo sintetizar que el trabajo que han venido desarrollando ha sido empírico y bastante limitado por el alto costo de vida a causa de la carencia de una vía terrestre, a pesar de los limitantes expresan que el flujo de visitantes se ha incrementado en relación a los años anteriores, en lo que tiene que ver a los limitantes que han ocasionado el retraso en el desarrollo turístico mencionan que no existe inversión pública en la generación y ejecución de proyectos que capten el interés del visitante, que no se ha dado a conocer el cantón, número reducido de turistas y que la falta de capacitación ha ocasionado que la actividad turística no se desarrolle adecuadamente; en lo que tiene que ver con las posibles soluciones al problema los emprendedores manifiestan que exista mayor inversión en el sector turístico por parte del estado, que se debe mejorar en los servicios y atención prestado a los visitantes y que exista un mayor apoyo de la institución municipal, capacitando de manera continua a los prestadores de servicios y comunidades.

Perfil del Visitante

Para determinar el perfil del visitante se realizó la encuesta, misma que se aplicó a 90 visitantes, obteniendo la siguiente información: el 70% de las personas que arribaron a la cabecera cantonal son de género masculino, procedentes en un 35% de Macas, 16% de Quito y el 13% de Cuenca; el estado civil muestra un 51% de solteros y 42% casados , el 76% cuanta con instrucción superior y el 24% instrucción secundaria, en lo que respecta al motivo de viaje el 90% ingreso por trabajo y comercio, el 45% de las personas prefieren viajar en familia y el 24% con amigos, siendo la capacidad de gasto promedio por día de \$70 dólares por persona, el 90% de los encuestados desconoce las actividades turísticas que puede realizar, el 71% de visitantes se informa de los posibles lugares a visitar utilizando el internet y el 29% utiliza medios radiales, revistas, folletos informativos y recomendaciones de amigos.

Análisis del flujo turístico y perfil del turista en el cantón Taisha.

Flujo Turístico: En el ingreso registrado se puede identificar que existe un incremento significativo durante los últimos cuatro años de registro.

Perfil del visitante: El movimiento que se genera es debido a motivos de trabajo y comercio, mismos que cuentan con un grado de preparación superior que se movilizan desde las ciudades de Macas, Quito y Cuenca, con una capacidad de gasto promedio de 70 dólares diarios.

Análisis: El cantón Taisha cuenta con un constante incremento anual de ingreso de visitantes que se muestra interesado en realizar actividades turísticas en el cantón pero que desconoce las actividades turísticas que se pueden realizar.

Perspectiva de la Gestión turística a nivel del GAD Municipal de Taisha.

Para determinar la perspectiva de la máxima autoridad municipal, Licenciado Celestino Wisum, Alcalde y de los funcionarios de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo se aplicó la técnica de la entrevista profunda, donde se desarrolló un dialogo individual con lo cual se puede diagnosticar previo análisis de la información, que la actividad turística actual es muy limitada pero dentro de la institución se ha venido impulsando el turismo a través de la Secretaría Técnica e Gestión de Turismo, misma que se proyecta a dinamizar la economía local a través de la implementación de diversas estrategias que propicien la inversión privada y en consecuencia generar fuentes de empleo a la población local, que les permita mantenerse en su territorio conservando su naturaleza y cultura, pero el limitado presupuesto asignado a la secretaría, registro bajo de turistas, difícil coordinación con las comunidades, la ubicación geográfica y el desconocimiento del mercado de la actividad turística cantonal son los factores limitantes para el desarrollo turístico.

1.3 Base Legal

1.3.1 Constitución de la República del Ecuador

En el artículo 238 de la Constitución Política del Ecuador aprobada en el año 2008, se indica que “Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiaridad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la separación del territorio nacional. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los concejos provinciales y los concejos regionales”

Capítulo cuarto

Régimen de Competencias

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

1. Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.
2. Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón.
3. Planificar, construir y mantener la vialidad urbana.
4. Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley.
5. Crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras.
6. Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte público dentro de su territorio cantonal.
7. Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley.
8. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.
9. Formar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales.
10. Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley.
11. Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.
12. Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras.
13. Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios.
14. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias. En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, expedirán ordenanzas cantonales.

Recuperado de: <http://biblioteca.espe.edu.ec/upload/2008.pdf/18/03/2014>

1.3.2 Ley de Turismo.

Generalidades

Art. 1.- [Objeto] La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- [Definición de turismo] Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- [Principios] Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a)** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b)** La participación de los gobiernos, provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c)** El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d)** La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e)** La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- [Objetivos] La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a)** Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b)** Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c)** Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d)** Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- [Definición] Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf/09/12/2013>

1.3.3 Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

TÍTULO I PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados.- Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

- d) La recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de un ambiente sostenible y sustentable;
- e) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural.

g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir.

Capítulo III

Sección Primera

Naturaleza Jurídica, Sede y Funciones

Artículo 53.- Naturaleza jurídica.- Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden.

La sede del gobierno autónomo descentralizado municipal será la cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.

Artículo 54.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c) Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de fraccionamiento de conformidad con la planificación cantonal, asegurando porcentajes para zonas verdes y áreas comunales;
- d) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal;
- e) Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- f) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra

pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad;

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;

j) Implementar los sistemas de protección integral del cantón que aseguren el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales, lo cual incluirá la conformación de los consejos cantonales, juntas cantonales y redes de protección de derechos de los grupos de atención prioritaria. Para la atención en las zonas rurales coordinará con los gobiernos autónomos parroquiales y provinciales;

k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales;

l) Prestar servicio que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios;

m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización;

n) Crear y coordinar los consejos de seguridad ciudadana municipal, con la participación de la Policía Nacional, la comunidad y otros organismos relacionados con la materia de seguridad, los cuales formularán y ejecutarán políticas locales, planes y evaluación de resultados sobre prevención, protección, seguridad y convivencia ciudadana;

o) Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres;

p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicado en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad;

- q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón;
- r) Crear las condiciones materiales para la aplicación de políticas integrales y participativas en torno a la regulación del manejo responsable de la fauna urbana; y,
- s) Las demás establecidas en la ley.

Recuperado de: http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf/23/04/2014

1.4 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha

La información obtenida acerca de la estructura y funcionamiento del GAD Municipal, fue proporcionada por el Secretario Técnico de Gestión Financiera, quien fue el encargado de rediseñar el modelo de Gestión Municipal.

1.4.1 Misión, Visión, Objetivos Institucionales.

Misión Municipal.- Liderar y generar procesos de cambio y desarrollo en todo los aspectos de desarrollo humano, siendo las nacionalidades, pueblos y personas como ejes y objetivos de transformación para lograr el buen vivir (penker pujustin)

Visión Municipal.- Ser líder en procesos de cambio y desarrollo socio-cultural y económico para la construcción de un cantón ecológico e intercultural

Objetivos Institucionales:

- Contribuir al fomento y protección de los intereses locales, mediante la aplicación de las leyes, formulación e implementación de ordenanzas y resoluciones municipales;
- Impulsar el desarrollo físico, económico, social y cultural del Cantón, sus áreas urbanas y rurales, realizando obras y prestando servicios;
- Acrecentar el espíritu de integración de todos los actores sociales y económicos, el civismo y la confraternidad de la población para lograr el crecimiento y el progreso del Cantón;
- Atender los problemas que enfrenta el Gobierno Local en lo social, político y económico, por medio de la integración y participación ciudadana.

1.4.2 Políticas

Políticas:

- Procurar el bien común;
- Movilizar esfuerzos para dotar al Municipio de una infraestructura administrativa, material y humana efectiva;

- Coordinar con otras entidades de desarrollo el mejoramiento de la cultura, educación y asistencia social;
- Preservar y encausar los intereses municipales y ciudadanos como finalidad institucional;
- Concertar con los diferentes actores sociales, para el logro de una participación efectiva en el desarrollo de la Comunidad.

1.4.3 Principios Rectores

Nuestros principios Rectores.- El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha, basará su gestión en los siguientes principios rectores y/o valores:

- VOLUNTAD POLÍTICA Y LIDERAZGO, para el mejoramiento continuo en búsqueda constante de los más altos niveles de rendimiento, a efectos de satisfacer con oportunidad las expectativas ciudadanas, a base de concertación de fuerzas y de compromisos de los diferentes sectores internos de trabajo;
- TRABAJO EN EQUIPO, profesionalización, coordinación, dinamismo y creatividad de las autoridades, servidores, servidoras, trabajadores y trabajadoras para lograr una sostenida y equilibrada participación y apoyo mutuo, como la base para el mejor enfrentamiento de problemas y búsqueda de soluciones;
- EFICACIA.- La misión, visión y objetivos de cada una de las dependencias, definirán la participación ciudadana como eje de su accionar dentro de enfoque de excelencia en la prestación de los servicios y establecerá un rigurosos sistemas de rendición de cuentas y evaluación de programas y proyectos con el fin de verificar cuan acertadamente se logran los objetivos (lo planificado versus lo ejecutado), optimizando todos y cada uno de los recursos disponibles como son: talento humano, materiales, económicos y naturales.
- EFICIENCIA.- Se perfeccionará el uso de los recursos financieros, humanos y técnicos.
- Se cumplirán de manera adecuada las funciones asignadas a cada una de las dependencias administrativas en el Organigrama Estructural producto del Plan de Fortalecimiento Institucional.
- HONESTIDAD.- La responsabilidad por el cumplimiento de las funciones municipales y atribuciones de las autoridades y funcionarios municipales. Sus actuaciones no podrán conducir al abuso de poder y se ejercerán observando los principios éticos y morales, para los fines previstos en la Ley.

- EQUIDAD.- Las actuaciones de las autoridades y funcionarios municipales garantizarán los derechos de la ciudadanía sin ningún género de discriminación.

1.4.4 Estructura Administrativa



Grafico 11. Estructura administrativa del GAD Municipal de Taisha
Fuente: Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

1.5 Secretaria Técnica de Gestión de Turismo Municipal

En el año 2012 se desarrolla un nuevo modelo de Gestión Municipal, mismo que se establece e inicia a operar en el año 2013. La información recabada de la estructura y funcionamiento de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo es facilitada por la institución, información de estudios anteriores debidamente validados y en vigencia.

Misión

Impulsar el Turismo Sostenible con planificación estratégica que ordene y oriente la gestión turística competitiva en el cantón Taisha, en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de su gente, conservando y programando el mejor uso de sus recursos naturales y culturales.

Visión

Ser un destino turístico competitivo, que conserve los recursos Naturales y Culturales de manera sostenible y sustentable como un ente de desarrollo rentable e integral, que genere alternativas de trabajo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

1.5.1 Estructura administrativa de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo Municipal.

La Secretaría Técnica de Gestión de Turismo es designada, como el ente gestor de la actividad turística cantonal, dentro del marco del proceso de descentralización turística, enfocados al desarrollo de programas y proyectos turísticos acorde a sus atribuciones.

Organigrama Estructural y Funcional de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.

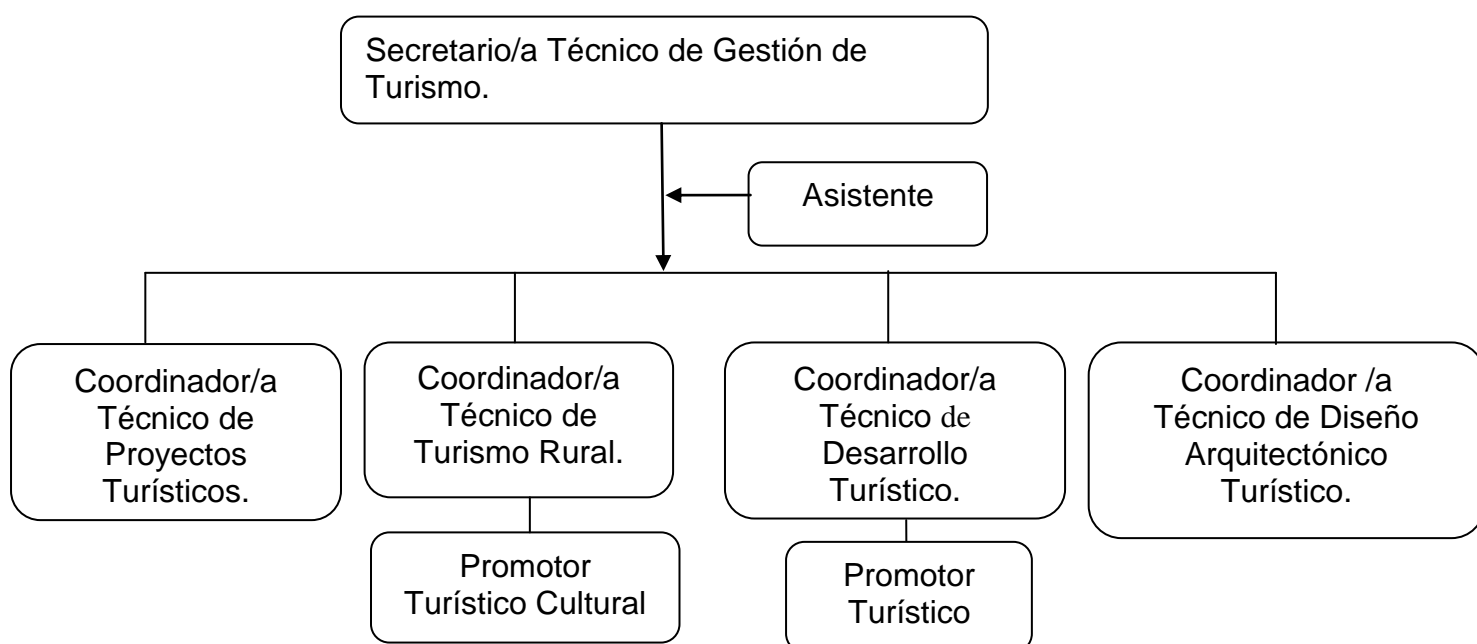


Grafico 12. Organigrama Estructural
Fuente: Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

En base a las funciones de los miembros de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo de Turismo se puede mencionar que los encargados directamente del proceso de comunicación son:

- Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.
- Coordinadora de Desarrollo Turístico.
- Promotor Turístico

Actividades desarrolladas por la Secretaría en el año 2013

- Capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos, establecimientos educativos y comunidades
- Promoción Turística

- Gestión con instituciones públicas
- Elaboración de proyectos
- Organización de eventos y festividades en la localidad.
- Participación en eventos a los cuales ha sido invitado la Municipalidad.

1.5.2 Responsabilidad Social

La Secretaria Técnica de Gestión de Turismo tiene la finalidad de dinamizar la economía cantonal, generando actividades productivas que permitan a sus culturas milenarias trabajar sin perder su identidad cultural y conservando sus bosques, a través del trabajo mancomunado con las comunidades, sector público, sector privado y el GAD Municipal de lo cual podemos identificar:

Actividades realizadas en interacción con la comunidad:

- Programa de Sensibilización Turística “El Pequeño Turista”
- Taller de Procesamiento de derivados de la leche, frutas tropicales y manipulación higiénica de alimentos en la asociación Pimpits.
- Centro de comunicación para la difusión de los atractivos turísticos y comercialización virtual de artesanías
- Adquisición de indumentaria y accesorios para el fortalecimiento de las manifestaciones culturales inmateriales.
- Adquisición plantas maderables nativas.
- Programa de Formación de Anfitriones de Turismo Comunitario
- Capacitación en Turismo Comunitario y Servicio Hotelero para la parroquia Huasaga.
- Capacitación en Turismo Comunitario
- Capacitación a Servidores Turísticos
- Capacitación de Ecoturismo y Manejo Sostenible de los Recursos Naturales y Culturales.
- Capacitación de Turismo Comunitario como Modelo de Gestión para el Desarrollo Sostenible Local.
- Organización de la Feria Artesanal y Cultural
- Concurso de Danza Típica Shuar y Danza Nacional
- Implementación del Centro Artesanal

1.5.3 Proceso de Comunicación

El GAD Municipal de Taisha cuenta con un Relacionador Público, que se encuentra dentro de la Secretaría Técnica de Gestión de Desarrollo Social y Deportes, quien es el encargado de brindar toda la información de las acciones que desarrolla la institución municipal.

La Secretaría Técnica de Gestión de Turismo ha venido trabajando en la publicidad turística del cantón, participando en diversos eventos a los cuales ha sido invitada la municipalidad y durante los eventos programados en los diferentes feriados a nivel nacional, lo cual ha ayudado a mostrar las fortalezas turísticas que brinda el cantón, pero al ser una actividad nueva necesita una estructura comunicativa eficiente que permita dar a conocer al cantón Ecológico e Intercultural a gran escala.

1.5.4 Análisis FODA

Tabla 15. Análisis FODA de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Estructura organizacional definida.• Personal con instrucción superior en el área de Turismo.• Alto grado colaboración y compromiso por parte de los empleados contratados en la secretaría.• Personal capacitado.• Frecuente capacitación por parte de la institución municipal.	<ul style="list-style-type: none">• Cambios del personal técnico.• Equipo tecnológico desactualizado e insuficiente.• Infraestructura reducida y deteriorada.• Recursos financieros limitados.• Materiales y Equipo de campo reducidos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Cooperación interinstitucional• Apoyo del Ejecutivo Municipal a la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.• Nacionalidad Shuar y Achuar con costumbres y tradiciones conservadas a pesar del tiempo.	<ul style="list-style-type: none">• Ingreso de nuevas autoridades electas con otra visión de desarrollo, que desatiendan la actividad turística.• Competencia turística en los cantones aledaños ya que existe similitud en cuanto a atractivos turísticos naturales y culturales.

<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos naturales y culturales conservados y diversos en todo su territorio. • Las comunidades Shuar y Achuar se encuentran con predisposición para trabajar en turismo ya que es una alternativa de desarrollo con la cual se puede permanecer y conservar su territorio. • Agencias de viajes del cantón Morona interesadas en operar en el cantón por la abundancia de recursos naturales y comunidades dispuestas a trabajar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de una vía terrestre que comunique al GAD Municipal con las comunidades, provincia y país. • Difícil comunicación a causa de la falta de sistemas tecnológicos en las comunidades. • Juntas Parroquiales desinteresadas en invertir en la actividad turística. • Falta de inversión privada en el sector turístico a causa de los altos costos en los emprendimientos que genera la inexistencia de la vía terrestre • Dirección Técnica Provincial de turismo de Morona Santiago con limitados recursos para apoyar las propuestas generadas.
--	---

Elaborado por: Autor

Fuente: Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

1.6 Mercado objetivo

1.6.1 Problemática

El problema de la presente investigación radica, en que el cantón Taisha no es conocido turísticamente debido a la comunicación deficiente, por la falta de inversión en estrategias comunicacionales por parte de la Municipalidad, escasos recursos de los empresarios locales, inexistencia de una vía terrestre que permita el fácil ingreso de turistas o visitantes hacia el cantón, lo cual ha ocasionado que el cantón pase por desapercibido, además la creación de la sección de turismo municipal en el año 2009 y posteriormente la conformación de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo en el año 2013 han sido recientes, por lo que la publicidad que ha venido realizando el Gobierno Municipal es nueva.

La actividad económica en el cantón Taisha se concentra en la ciudad de Taisha donde se encuentran ubicadas básicamente todas las instituciones públicas, empresarios privados y Batallón de Selva N°50 quienes generan el movimiento económico.

En cuanto a las 5 parroquias que conforma el cantón Taisha se registra movimiento en las cabeceras parroquiales de manera muy limitada debido a su situación geográfica.

Los servidores turísticos que han logrado mantenerse en el mercado y nuevos emprendedores turísticos que se han registrado, han sido el resultado del incremento del número de visitantes por comercio o negocio que han utilizado los servicios proporcionados por parte de la planta turística, constituyéndose una necesidad el incremento de visitantes o turistas que generen recursos que les permita desarrollarse de mejor manera para tornarse competitivos en el mercado.

La actividad turística en el cantón Taisha, es una alternativa de desarrollo potencial que permite conservar los recursos naturales y culturales, por ello es muy importante diseñar un plan de comunicación dirigido a todo tipo de público, que permita captar la mayor afluencia de turistas o visitantes.

1.6.2 Selección del mercado

Tomando en cuenta que una de las actividades primordiales que realiza la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo Municipal, es dar a conocer el potencial turístico cantonal, es importante señalar, que al no haber realizado una planificación comunicacional, la Secretaría de Turismo, se propone realizar una estructura comunicacional que llegue a diferentes mercados mismo que se dividirá en cuatro sectores como:

- Local
- Provincial
- Nacional
- Internacional.

Tomando en cuenta la división del mercado, la comunicación se enfocara en el mercado provincial como meta y el mercado nacional como objetivo.

CAPÍTULO II

PARÁMETROS A INCIDIR EN EL IMPACTO DE LA FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL MERCADO OBJETIVO.

2.1 Objetivo

Determinar las estrategias comunicacionales que permitan llegar al público objetivo para dinamizar la economía local y el buen vivir.

2.2 Objetivos específicos

- Dar a conocer los atractivos turísticos culturales y naturales que posee el cantón Taisha.
- Brindar información detallada acerca de la oferta turística cantonal.
- Posicionar la imagen turística cantonal

2.3 Imagen Corporativa del GAD Municipal de Taisha

A finales del año 2009, la Sección de Turismo Municipal, desarrolló la imagen Turística municipal como uno de los componentes determinados, a través de un trabajo investigativo de pregrado de mi autoría denominado: Plan para el desarrollo Turístico Sostenible del Cantón Taisha, provincia de Morona Santiago; la imagen se determinó utilizando componentes turísticos sobresalientes del cantón como son: la Nacionalidad Shuar y Achuar, el potencial ornitológico y la cordillera Cutucú, componentes que han tenido una muy buena acogida puesto que la ciudadanía se siente identificada por los componentes que fueron tomados en cuenta para el diseño de la imagen, motivo por el cual, el GAD Municipal lo utilizó de manera institucional y turística.

En el proceso de constitución de la imagen turística, la delimitación de los elementos y la dirección se desarrolló directamente con mi trabajo de investigación de pregrado, y en cuanto a plasmar la imagen en un programa de diseño, el GAD Municipal contrato a la empresa de diseño "Studio Selva", de la ciudad de Macas, dirigida por el diseñador Raúl Guevara, para estructurar técnicamente la imagen con su respectivo manual.

Creación de la Imagen Turística en el año 2009



2.4 Rediseño de la Imagen Institucional

En el año 2013 se fortalece la gestión en el área Turística con la implementación de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, con lo cual se pretende posicionar al cantón Taisha como destino turístico.

En el presente trabajo de investigación se evidencia que la imagen turística creada en el 2009, es utilizada como institucional y turística, por lo cual previo análisis se determinó rediseñar la imagen turística y establecerla como institucional.

La imagen creada, entro en proceso de evaluación y se detectó ciertas falencias durante los 3 años y medio que se utilizó la imagen, pudiendo señalar que la aplicación de la imagen en los materiales resulta costoso, que la imagen está muy cargada de detalles, la cola del tucán causa inconvenientes en las aplicaciones en cuanto se refiere a espacio y que existía un exceso de texto.

Con estos antecedentes y previo análisis se determinó rediseñar la imagen corporativa para que funcione como Institucional, puliendo las debilidades identificadas y crear una nueva imagen turística con el objetivo de comunicar la potencialidad turística cantonal de manera competitiva.

Establecidas las debilidades y previa coordinación con la máxima autoridad Municipal, el Lic. Celestino Wisum, Alcalde; se procedió a contratar a la empresa de diseño gráfico "Impresa" de la ciudad de Macas, dirigida por la diseñadora Marianela Rodríguez para rediseñar la

imagen bajo mi dirección y una vez constituida la imagen la empresa desarrolle el respectivo manual bajo las exigencias técnicas gráficas.

Rediseño de la Imagen Institucional en el año 2013



Ver Anexo 1. Manual de imagen corporativa institucional.

2.5 Creación de la Imagen Turística

Para la creación de la Imagen Turística, se decidió utilizar un componente de la Imagen Institucional para que mantenga un lineamiento entre la imagen institucional y la turística, por lo cual se utilizó al tucán ya que es una ave representativa dentro de la cultura Shuar y Achuar, es muy llamativa por su belleza y colorido (colorido es el símbolo de diversidad), forma parte de la elaboración de la tawazap (símbolo de liderazgo en la Nacionalidad Shuar y Achuar) y por su fácil utilización en aplicaciones que inclusive puede ser utilizada como un imagotipo (mascota).

Para establecer la imagen turística cantonal, previa coordinación con la máxima autoridad Municipal, se contrató a la empresa de diseño gráfico “Impresa” de la ciudad de Macas, dirigida por la diseñadora Marianela Rodríguez, para crear la imagen turística bajo mi dirección y una vez constituida la imagen la empresa desarrolle el respectivo manual bajo las exigencias técnicas gráficas.

Creación de la Imagen Turística cantonal en el año 2013



Ver Anexo 2. Manual de Imagen Turística Corporativa.

Eslogan Turístico

El eslogan establecido por la Municipalidad en administraciones anteriores, se conservó puesto que enmarca la potencialidad turística, es corto y es fácil de manejar.

Eslogan: **Ecológico e Intercultural**

2.6 Selección de medios

La integración de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo Municipal es nueva, motivo por el cual no se ha realizado un plan de comunicación que permita dar a conocer todas las potencialidades existentes en el cantón, es por ello que se ha tomado en cuenta realizar una planificación de cinco años, tiempo que tardaría un periodo de dirección de un alcalde electo.

Un parámetro fundamental para tomar en cuenta en el diseño de la estructura comunicacional es el presupuesto participativo que se designa anualmente a la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo Municipal, dinero que debe ser distribuido de manera eficiente para cumplir el objetivo de dar a conocer al cantón Taisha.

Un factor identificado para seleccionar la estrategia comunicacional, es que los medios comunicacionales sean masivos, durables e innovadores, mismos que serán seleccionados en base a la competencia municipal.

A continuación se propone los medios de comunicación que se pueden utilizar para difundir el mensaje deseado.

Medios Masivos

- Internet

Medios Nacionales

- Ferias turísticas nacionales o interés nacional.

Medios provinciales y locales:

- Escrita: revistas
- Radial
- Eventos: provinciales y locales
- **Perifoneo:** Local

Medios Alternativos

- Afiches
- Folletos informativos
- Gigantografías
- Postales
- Vallas
- Suvenires

2.6.1 Recursos para la campaña

En cuanto a recursos económicos la Secretaría utilizara las siguientes partidas presupuestarias:

Impresiones: 730204

Publicaciones: 730217

Eventos: 730205

Tabla 16. Recursos asignados a la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

Talento Humano	<ul style="list-style-type: none">• Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.• Coordinadora de Desarrollo Turístico.• Promotor Turístico
Económico	El GAD Municipal, designa un promedio de 30.000,00 dólares específicamente para publicidad, 10.000,00 dólares para participación en eventos y existe una ordenanza que destina 15.000,000 dólares para la realización del evento de Reina de carnaval.
Diseñador	Profesional contratado específicamente para realizar paquetes publicitarios en base a las necesidades.

Elaborado por: Autor

Fuente: Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

2.7 Flujo Turístico

El movimiento turístico que se genera a nivel nacional e internacional se encuentra en constante incremento, en base a los registros de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y en base a los datos obtenidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador como se detalla a continuación:

Turismo a Nivel Internacional

Ludeña (2013) Un total de 298 millones de turistas internacionales viajaron todo el mundo entre enero y abril de 2013, 12 millones más que en el mismo período del año pasado, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Las perspectivas para la actual temporada alta del turismo siguen siendo positivas con unos 435 millones de turistas que se espera para viajar al extranjero en el período de mayo a agosto.

Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4,3% en los cuatro primeros meses de 2013 hasta alcanzar un total de 298 millones de dólares, frente a los 286 millones, a pesar de un difícil entorno económico mundial.

“El turismo internacional sigue mostrando un dinamismo extraordinario”, dijo el secretario general de la OMT, Taleb Rifai. “El crecimiento del 4,3% en el número de turistas internacionales que cruzan las fronteras en los primeros meses de 2013 confirman que el turismo es uno de los sectores más dinámicos de nuestro tiempo, lo que contribuye de manera fundamental para la economía de un número creciente de países”.

Mercado Internacional

Siendo el turismo una industria limpia y de crecimiento continuo es importante dar a conocer las potencialidades turísticas del Cantón Taisha a todos los turistas extranjeros, tomando en cuenta las posibilidades municipales en cuanto a recursos económicos, se propone comunicar mediante medios tecnológicos de difusión masiva.

El Turismo a Nivel Nacional

Ludeña (2013) El Ministerio de Turismo en el año 2012 a través de la Dirección de Investigación lanza un documento denominado “La experiencia turística en el Ecuador – Cifras esenciales de turismo interno y receptor” en el cual expresan lo siguiente: Durante el período 2007-2011, se registró un incremento paulatino de entradas de extranjeros al Ecuador, pasando de 937.487 en 2007 a 1'140.978 en 2011 con una variación de 21,7% en

el período. En el período 2010-2011, se registró durante el mes de diciembre una variación de 17,6%, al pasar de 96,3 a 113,3 mil visitantes extranjeros.

Las ciudades más visitadas durante el año 2011 fueron Quito con un 66% del total de visitantes, Guayaquil (47%), Cuenca (19%), Galápagos (15%) y Baños (11%).

El gasto turístico promedio del turista extranjero en el país asciende a USD \$1.000. Se estima una estadía promedio de 14 noches.

Por otra parte, el gasto turístico promedio del turista nacional asciende a USD \$94 con una estadía promedio estimada de 3 noches.

Las ciudades preferidas para visitar por los turistas nacionales durante el año 2011 fueron Guayaquil con un 8,1% del total de visitantes, Quito (6,1%), General Villamil Playas (3,5%), Salinas (3,4%) y Atacames (3,4%).

Con los datos mencionados se puede evidenciar que actualmente el turismo en el Ecuador está en pleno crecimiento, lo que motiva a seguir preparándonos para una actividad llena de réditos personales y profesionales para nosotros.

Mercado Nacional

El Ecuador cuenta con 24 provincias, cada una con diferentes escenarios turísticos, por cual se brindara información estratégica que resalte las características únicas que cuenta el Cantón.

Las estrategias de comunicación que serán utilizadas para este tipo de mercado serán difundidas a través de las diferentes ferias turísticas o eventos turísticos de renombre a nivel nacional.

Mercado provincial

La provincia de Morona Santiago se encuentra conformado por doce cantones y su capital provincial es la ciudad de Macas, ciudad que cuenta con el mayor número de turistas registrados según el Ministerio de Turismo con relación a los demás sectores de la provincia.

El diseño comunicacional tomara en cuenta la participación municipal durante los eventos relevantes de los diferentes cantones de la provincia, los medios radiales, prensa escrita, revistas y materiales publicitarios (suvenires, papelería, vallas etc.)

2.8 Inventario de Atractivos Turísticos

En el año 2009 la sección de turismo realizó una actualización del Inventario Turístico donde se identificaron 13 atractivos turísticos.

En el año 2013 se realizó una nueva actualización del Inventario de Atractivos Turísticos por parte de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, donde se identificó 23 atractivos turísticos, mismos que forman parte de la potencialidad turística para posicionar a Taisha como destino turístico.

Tabla 17. Inventario de Atractivos Turísticos Identificados.

Inventario de atractivos turísticos del Cantón Taisha		
N°	Categoría: Sitios Naturales Nombre del Atractivo	Categoría: Manifestaciones Culturales Nombre del Atractivo
1	Cascada de Mashuntsa	Comunidad de Yuwints
2	Laguna de San Luis	Cultura Shuar
3	Río Panki	Cultura Achuar
4	Laguna de Shinkiatam	Malecón de la ciudad de Taisha
5	Rio Makuma	Dique de la Cascada Wampim.
6	Cascada de Taisha	Gastronomía típica Achuar de Pumpuentsa
7	Cueva de los Tayos.	Artesanías Achuar de la comunidad Wichim
8	Bosque Protector Kutukú Shaimi.	Ritual de Ayahuasca Achuar
9	Río Navegable Wichim	Indumentaria de la Comunidad Achuar Pumpuentsa
10	Cascada de Wichim	Mitos y leyendas Achuar.
11	Pantanal Wichim	
12	Cascada del Río Pampantsa	
13	Bosque Primario Pumpuentsa.	

Elaborado por: Autor

Fuente: Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

Con la actualización del inventario turístico en el año 2013, se puede evidenciar 13 atractivos en la categoría de Sitios Naturales y 10 atractivos que corresponden a la categoría de Manifestaciones culturales.

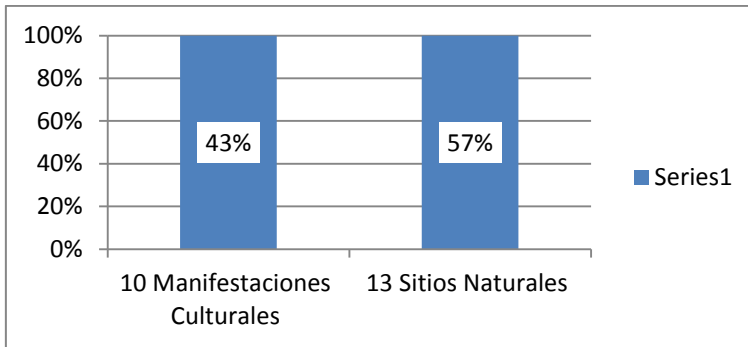


Gráfico 13. Categorías de los atractivos turísticos
 Elaborado por: Autor
 Fuente: Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.

El 57% de atractivos identificados corresponden a Sitios Naturales y el 43% de atractivos investigados corresponden a manifestaciones culturales.

En la presente investigación uno de los parámetros fundamentales a tomar en cuenta en el proceso comunicativo, es la potencialidad turística de los atractivos identificados. De la base de datos que contiene la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo en cuanto a los atractivos turísticos relevantes se puede detallar que:

El cantón Taisha cuenta con gran potencialidad turística ya que las Nacionalidades Shuar y Achuar habitan el territorio en un 95% aproximadamente, lo cual convierte a Taisha en un cantón con una particularidad cultural.

El territorio se encuentra altamente conservado, puesto que al no existir una vía terrestre que lo conecte a la provincia y país ha logrado mantenerse llamativamente conservado.

Las comunidades de la Nacionalidad Shuar, se encuentran distribuidas en las parroquias de Macuma, Tuutinentza y Taisha, y las comunidades de la Nacionalidad Achuar habitan en las parroquias Huasaga y Pumpuentsa.

Nacionalidad Shuar

La Nacionalidad Shuar, es un pueblo milenario con una cultura muy fuerte que aún conserva sus costumbres y tradiciones a pesar del tiempo.

Se identifica como un pueblo guerrero, sus trofeos de guerra fueron las “tsantsa” (reducción de cabezas), forman parte de la riqueza cultural y ancestral del cantón, han sido reconocidos en todo el mundo.

Nacionalidad Achuar

La Nacionalidad Achuar, gracias a su ubicación en las profundidades del bosque de la frontera con el vecino país Perú, aún conservan su estilo de vida en su territorio.

El pueblo Achuar aún mantiene muchas de sus prácticas ancestrales de subsistencia que fueron su forma de vida durante cientos de años. En la actualidad combinan sus prácticas ancestrales con la agricultura y ganadería.

Malecón de la ciudad de Taisha

El Malecón de la ciudad de Taisha Ecológica e Intercultural se encuentra ubicada en el centro de la ciudad y brinda a los visitantes un lugar agradable para disfrutar la belleza escénica del paisaje y tranquilidad del ambiente, en el cual se puede realizar diferentes actividades como: paseos en canoa, fotografía, observación de flora y fauna propia del lugar.

Dique de la Cascada Wampim

Se encuentra ubicado en el área verde de la ciudad de Taisha, a 10 minutos del parque central, es un sitio natural ideal para refrescarse, caminar por senderos y disfrutar del avistamiento de aves amazónicas.

Comunidad de Yuwints

Se encuentra ubicada en la Parroquia Macuma, es una comunidad de la nacionalidad Shuar, misma que está a 15 minutos de la ciudad de Taisha en avioneta. Cuenta con el servicio de hospedaje y alimentación, además de enseñar su medicina tradicional y costumbres.

Las actividades que se pueden realizar son: caminatas por senderos, observación de flora y fauna propias de la zona, sus cascadas y lagunas. Es un lugar ideal para el descanso y contacto con la naturaleza.

Cueva de los Tayos

Se encuentra ubicado en la comunidad de Wisui perteneciente a la parroquia Macuma, la comunidad cuenta con acceso aéreo, y terrestre, esta comunidad es el punto de partida hacia la Cueva de los Tayos, durante la hora y media de camita hacia las cuevas, podemos realizar la toma de fotografías, disfrutar del contacto con la naturaleza, sus paisajes y su exuberante vegetación.

CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS Y ACCIONES QUE FORTALEZCAN LA SECRETARÍA TÉCNICA DE GESTIÓN DE TURISMO Y GENERE EL FLUJO TURÍSTICO PROYECTADO

3.1 Objetivo:

Posicionar la imagen turística cantonal a través de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo del GAD Municipal de Taisha, con la finalidad de incrementar el flujo turístico y dinamizar la economía local.

3.1.1 Objetivos específicos:

- Dar a conocer la potencialidad turística cantonal para mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- Determinar las estrategias comunicacionales optimizando recursos.

3.2 Planteamiento y desarrollo estratégico.

En base a la investigación realizada el cantón Taisha no registra actividad turística relevante, motivo por el cual no consta en los registros de flujo turístico del Ministerio de Turismo. Con el planteamiento del plan de comunicación se pretende generar flujo turístico de un 10%.

En la presente investigación se determinaron cinco estrategias de comunicación con la finalidad de fortalecer la Gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo y dinamizar la economía cantonal con el incremento de flujo turístico como tal.

Al establecer las estrategias comunicacionales en coordinación con la Municipalidad, puntualmente con los técnicos de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo y con la máxima autoridad, se contrató a la empresa de diseño gráfico "Impresa" de la ciudad de Macas, presidida por la diseñadora Lic. Marianela Rodríguez, para plasmar las estructuras gráficas motivo de la investigación bajo mi dirección.

El planteamiento de los diseños, información e imágenes fotográficas que se identificaron y se plasmaron, se lo realizó con un análisis previo y en apego a la potencialidad turística cantonal. Los diseños establecidos, fotografías y texto deberán ser renovados periódicamente en base a las necesidades.

3.2.1 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Estrategia Corporativa

- **Creación de la Imagen Turística**



A través de la creación de Imagen Turística se establece una diferenciación en relación a los diferentes Gobiernos seccionales, instituciones, organizaciones o empresas privadas que desarrollan diferentes tipos de actividades.

Al contar con una imagen definida, se establece una herramienta fuerte que permite dar a conocer el avance de la gestión Municipal realizada en el área turística; además apoya, fortalece y dinamiza la economía local puesto que al dar a conocer los atractivos turísticos, servicios turísticos, productos turísticos es decir la potencialidad turística cantonal se incrementa el flujo turístico.

- **Acciones**

La imagen turística definida cuenta con un manual de imagen corporativa que permite la utilización correcta de la marca, en las distintas aplicaciones que se realicen a nivel de gobierno.

El GAD Municipal cuenta con una página web Municipal de reciente creación que cuenta con una reducida y muy general descripción de los atractivos turísticos, información que no es relevante para el mercado objetivo, por lo cual se propone incorporar dentro de la página web municipal, un acceso sobresaliente hacia la información de la Gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.

3.2.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

Tabla 18. Estrategias y acciones de comunicación externa

ESTRATEGIAS	ACCIONES
Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Afiches• Plegables• Gigantografias• Vallas• Postales• Suvenires
Publicidad	Medios masivos: Internet: Redes Sociales Medios Nacionales: Eventos: Ferias o eventos turísticos estratégicos. Medios provinciales y locales: Escrita: revistas Radial: locales Eventos: provinciales y locales. Perifoneo: Local

Elaborado por: Autor

Estrategia de Marketing.

- **Plegable**

El plegable se ha tomado en cuenta en virtud de su versatilidad para llevarlo y utilizarlo.

Al contar con la información detallada de las características importantes con las que cuenta el cantón a los diferentes segmentos de mercado se propone realizar un plegable con las siguientes características:

Tamaño: A2

Impresión: full color tiro y retiro

Material: couche

Terminados: Grafado

Información del plegable

DATOS GENERALES:

Ubicación:

Provincia: Morona Santiago

Cantón: Taisha

Cabecera cantonal: Taisha

Población Cantonal: 22820 hab.

Clima: 27 °C promedio.

Extensión: 7710km²

Altitud promedio: 510 m.s.n.m.

Límites:

Norte: la provincia de Pastaza.

Sur: El cantón Tiwintza y la República de Perú.

Este: La Provincia de Pastaza y la República de Perú.

Oeste: Los cantones Huamboya, Morona Y Tiwintza

División Política Administrativa:

El cantón Taisha se encuentra dividido en 5 parroquias:

Taisha, Huasaga, Macuma, Tuutinentza y Pumpuentsa

Vías de Acceso

Aérea.- Se puede ingresar al cantón Taisha por vía aérea desde la ciudad de Macas, Ciudad de Sucúa, en la Provincia de Morona Santiago o desde la parroquia Shell, Provincia de Pastaza.

Fluvial. - Otra manera de ingresar al cantón es a través de la vía terrestre Macas- Morona, hasta llegar a la Parroquia Puerto Morona y desde allí se puede navegar en el río Morona aproximadamente 6 horas e ingresar a puerto Nunkui , el cual se encuentra a 1 hora en vehículo hasta llegar a la ciudad de Taisha.

Empresas de Transporte Aéreo Privado		
Dirección	Empresa	Teléfono
Macas	Aerosangay	072-702-562
Macas	Aeromorona	072-700142
Macas	Amazonia Verde	072-702-647

Macas	AeroTaisha	072704218
Macas Sell	Aeroregional	072-702-433
Shell	Aero Tsensac	032795087

GRUPOS HUMANOS

La población del cantón está compuesta en un 95% por las Nacionalidades Shuar y Achuar, mientras que el 5% está poblado de mestizos, Quichuas entre otros, por todo esto Taisha es un territorio multiétnico e intercultural.

Nacionalidad Shuar

La Nacionalidad Shuar, es un pueblo milenario con una cultura muy fuerte que aún conserva sus costumbres y tradiciones a pesar del tiempo.

Se identifica como un pueblo guerrero, sus trofeos de guerra fueron las “tsantsa” (reducción de cabezas), forman parte de la riqueza cultural y ancestral del cantón, han sido reconocidos en todo el mundo.

Nacionalidad Achuar

La Nacionalidad Achuar, gracias a su ubicación en las profundidades del bosque de la frontera con el vecino país Perú, aún conservan su estilo de vida en su territorio.

El pueblo Achuar aún mantiene muchas de sus prácticas ancestrales de subsistencia que fueron su forma de vida durante cientos de años. En la actualidad combinan sus prácticas ancestrales con la agricultura y ganadería.

EVENTOS Y FESTIVIDADES

Fiestas de Cantonización

El mes de junio Taisha celebra sus festividades de cantonización con diversos actos conmemorativos que enaltecen el cantón.

Fecha de cantonización: 28 de junio de 1996.

Viernes Cultural

El Viernes Cultural, es una iniciativa del GAD Municipal de Taisha, con el fin de promover la cultura, música, danza, teatro, artesanías y toda expresión artística que fortalezca la actividad turística, plurinacionalidad e interculturalidad en el cantón Taisha.

El evento se realiza el último viernes de cada mes.

Fiesta de la Chonta.

La chonta es una fruta sagrada por la cultura Shuar, por lo cual le rinden tributo en el mes de febrero o marzo, fecha donde los frutos están listos para la cosecha.

Carnaval

El carnaval es una tradición en el cantón Taisha, por lo cual se realizan una agenda de programas Turístico culturales, mismos que dan vida y colorido al cantón Ecológico e Intercultural.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Malecón de la ciudad de Taisha

El Malecón de la ciudad de Taisha Ecológica e Intercultural se encuentra ubicada en el centro de la ciudad y brinda a los visitantes un lugar agradable para disfrutar la belleza escénica del paisaje y tranquilidad del ambiente, en el cual se puede realizar diferentes actividades como: paseos en canoa, fotografía, observación de flora y fauna propia del lugar.

Dique de la Cascada Wampim

Se encuentra ubicado en el área verde de la ciudad de Taisha, a 10 minutos del parque central, es un sitio natural ideal para refrescarse, caminar por senderos y disfrutar del avistamiento de aves amazónicas.

Comunidad de Yuwints

Se encuentra ubicada en la Parroquia Macuma, es una comunidad de la nacionalidad Shuar, misma que está a 15 minutos de la ciudad de Taisha en avioneta. Cuenta con el servicio de hospedaje y alimentación, además de enseñar su medicina tradicional y costumbres.

Las actividades que se pueden realizar son: caminatas por senderos, observación de flora y fauna propias de la zona, sus cascadas y lagunas. Es un lugar ideal para el descanso y contacto con la naturaleza.

Cueva de los Tayos

Se encuentra ubicado en la comunidad de Wisui perteneciente a la parroquia Macuma, la comunidad cuenta con acceso aéreo, y terrestre, esta comunidad es el punto de partida hacia la Cueva de los Tayos, durante la hora y media de camita hacia las cuevas, podemos realizar la toma de fotografías, disfrutar del contacto con la naturaleza, sus paisajes y su exuberante vegetación.

Servidores Turísticos

Alojamiento

LUGAR	ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Taisha	Pensión	Taisha	Av. Arutam	3900045
Taisha	Pensión	Jea-mia	Av. Arutam	3900065
Taisha	Hostal	Mary	Av. Arutam y Yajanua	3900103
Taisha	Pensión	Manuela	Av. Arutam	3900043
Yuwints	Centro vacacional	Centro Turístico Yuwints	Comunidad de Yuwints	

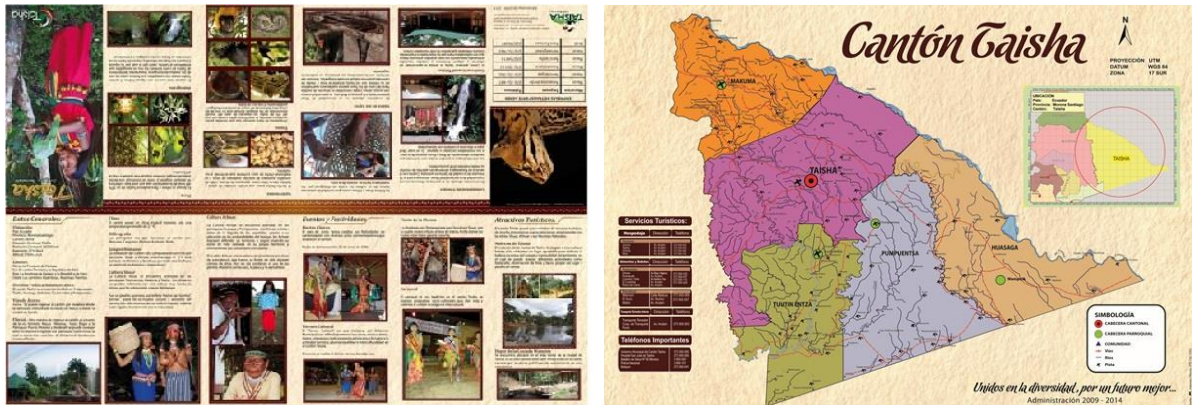
Alimentación

ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Comedor	Pachakutik	Av. Arutam	3900057
Restaurante	La Costeñita	Av. Arutam	3900028
Comedor	El Forastero	Av. Arutam	3900036
Restaurante	Selva Alegre	Calle Yaa y ayumpum	3900125
Restaurant	Napurak	Av. Etsa y Yajanua	3900030
Comedor	Zoila-Piel	Av.- Arutam Frente Aéreo puerto	
Comedor	Sami	Av.- Arutam	3900037

Entretenimiento

ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Bar	Zoilita	Calle Shacay y Amuntai	3900119
Karaoke	Milenium	Av. Arutam y Yajanua	3900103
Discoteca	Al Son de las Maracas	Av. Nunkui y Yaa	3900017
Bar	Rincón de mis Amigos	Av. Arutam y Yaa	3900093

Diseño del Plegable (tiro y retiro)



Fotografía: Autor

- **Afiches**

Los afiches mostrarán fotografías que muestren el potencial turístico del cantón en cuanto se refiere a atractivos turísticos naturales y culturales.

Características

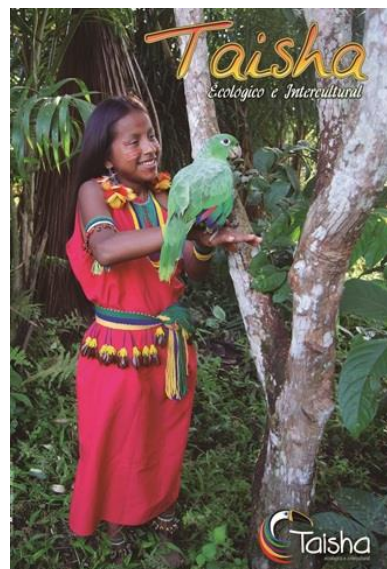
Tamaño: A2

Papel: couche mate más plastificado

Impresión a full color



Fotografía: Autor



Fotografía: Autor

- **Postales**

Las postales destacaran la cultura y recursos naturales para dar a conocer las fortalezas aún existentes.



Fotografía: Autor



Fotografía: GAD Municipal de Taisha



Fotografía: Autor



Fotografía: GAD Municipal de Taisha

- **Calendario de escritorio**

Para el desarrollo y estructura del calendario, previo análisis se planteó utilizar el idioma español y Shuar en la escritura de los meses enero-diciembre, con la finalidad de dar a conocer el idioma de la Nacionalidad Shuar, en cuanto a la información que consta en la página base se ha incluido información general del cantón, en la página inicial se ha colocado un mensaje del señor alcalde y en cuanto a las fotografías se ha incluido imágenes de las fortalezas culturales y naturales que posee el cantón, siendo las fotografías de mi autoría, exceptuando las fotos del mes de septiembre y agosto que forman parte del banco fotográfico municipal.

Detalle de la información

1. Página Base:

Datos generales:

Ubicación:

Provincia: Morona Santiago

Cantón: Taisha

Cabecera cantonal: Taisha

Población Cantonal: 22820 hab.

Clima: 27 °C promedio.

Extensión: 7710km²

Altitud promedio: 510 m.s.n.m.

Límites:

Norte: la provincia de Pastaza.

Sur: El cantón Tiwintza y la República de Perú.

Este: La Provincia de Pastaza y la República de Perú.

Oeste: Los cantones Huamboya, Morona Y Tiwintza

División Política Administrativa:

El cantón Taisha se encuentra dividido en 5 parroquias:

Taisha, Huasaga, Macuma, Tuutinentsa y Pumpuentza

Vías de Acceso

Aérea.- Se puede ingresar al cantón Taisha por vía aérea desde la ciudad de Macas, Ciudad de Sucúa, en la Provincia de Morona Santiago o desde la parroquia Shell, Provincia de Pastaza.

Fluvial. - Otra manera de ingresar al cantón es a través de la vía terrestre Macas- Morona, hasta llegar a la Parroquia Puerto Morona y desde allí se puede navegar en el río Morona aproximadamente 6 horas e ingresar a puerto Nunkui , el cual se encuentra 1 hora en vehículo hasta llegar a la ciudad de Taisha.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha

Teléfono: 073900085 - 3900089

Dirección: Av. Etsa y Yajanua

Coordinación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha
(Oficina Macas-Morona Santiago))

Teléfono: 072700035

Dirección: Calle Juan de la Cruz y Guamote

2. Mensaje del Alcalde

Inspirados en la madre naturaleza (li Nunke) y sabiduría de nuestros pueblos y nacionalidades seguimos forjando acciones constructivas ara alcanzar el buen vivir de todas y todos quienes vivimos en el Cantón Taisha, Ecológico e Intercultural, bajo el principio de “Unidad en la diversidad por un Futuro Mejor...” Este es, el respeto a las diferentes culturas, nacionalidades o pueblos y el pensamiento diverso, incluso divergente, para construir un dialogo intercultural, sincero y honesto, que permita encontrar las alternativas de solución de los problemas que aquejan a todos los pueblos y nacionalidades, sin condición alguna.

Al finalizar el año más de trabajo con la participación directa de las comunidades de base, saludo y hago un alto reconocimiento al esfuerzo diario realizado por hombres y mujeres, dirigentes y líderes de mi cantón ara que las aspiraciones de las comunidades se hagan realidad en obras y servicios que, gracias a la confianza de ustedes, el Gobierno Municipal de Taisha ha venido trabajando de manera planificada y responsable. Mi saludo va en nombre del Concejo Municipal y todo el equipo de servidoras y servidores públicos del GADMT.

A mis hermanos y hermanas de mi cantón Taisha, a mis coterráneos de la provincia Amazónica de Morona Santiago y a los pueblos y Nacionalidades del Ecuador Intercultural, les deseo de todo corazón FELICES PASCUAS DE NAVIDAD Y PROSPERO AÑO 2014.

Estructura y diseño del Calendario

Estructura base del calendario

Datos Generales:

Ubicación: País: Ecuador Provincia: Morona Santiago Cantón: Taisha Cabecera Cantonal: Taisha Población Cantonal: 18.000 hab. Extensión: 7710 km ² Altitud: 510 m.s.n.m.	Límites: Norte: La Provincia de Pastaza Sur: El cantón Twintza y la República de Perú Este: La Provincia de Pastaza y la República de Perú Oeste: Los cantones Huamboya, Morona y Twintza.
--	---

Vías de Acceso
Aérea. - Se puede ingresar al cantón por vía aérea desde la parroquia Shell, desde la ciudad de Macas o desde la ciudad de Sucúa.
Fluvial. - Otra manera de ingresar al cantón es a través de la vía terrestre Macas -Morona, hasta llegar a la Parroquia Puerto Morona y desde allí se puede navegar en el río Morona e ingresar a la parroquia Tautin Eritsa, la cual se encuentra a una hora de distancia de la cabecera cantonal Taisha.

Coordinación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha
(Oficina Macas - Morona Santiago)
Teléfono: 2700035
Dirección: Calle Juan de la Cruz y Guamate
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha
Teléfonos: 073900085 - 3900 089
Dirección: Av. Elsa y Yaganua

Taisha
ecológico e intercultural
Administración 2009 - 2014

Mensaje del señor Alcalde y presentación del calendario

Inspirados en nuestra madre naturaleza (li Munkel) y sabiduría de nuestros pueblos y nacionalidades seguimos forjando acciones constructivas para alcanzar el buen vivir de todas y todos quienes vivimos en el Cantón Gaiasha, Ecológico e Intercultural, bajo el principio de "Unidad en la Diversidad por un Futuro Mejor...". Este es, el respeto a las diferentes culturas, nacionalidades o pueblos y el pensamiento diverso, incluso divergente, para construir un diálogo intercultural, sincero y honesto, que permita encontrar las alternativas de solución de los problemas que aquejan a todos los pueblos y nacionalidades, sin condición alguna.

Al finalizar un año más de trabajo con la participación directa de las comunidades de base, salud y hago un alto reconocimiento al esfuerzo diario realizado por hombres y mujeres, dirigentes y líderes de mi cantón para que las aspiraciones de las comunidades se hagan realidad en obras y servicios que, gracias a la confianza de ustedes, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gaiasha ha venido trabajando de manera planificada y responsable. Mi saludo va en nombre del Concejo Municipal y todo el equipo de servidoras y servidores públicos del GADME.


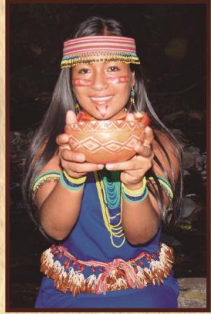
A mis hermanos y hermanas de mi cantón Gaiasha, a mis coterráneos de la Provincia Amazónica de Morona Santiago y a los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador Intercultural, les deseo de todo corazón FELICES PASCUAS DE NAVIDAD Y UN PROSPERO AÑO 2013.

Il mokeri Gaisashian pagatwini amikunajirane warawna ewentajini; masi irantirar takalanaki winijji huna asantia kakarani giasarani atarasha, irukiani naga matakakaru unari aram na. li munkel, li pagatari tale irantirar asuntakari, Gaiasha iriviantri paant najandir wearta. Ju unisho penker warasran inankastaran.

Uchi, natso, naba, qachi arunna nuna li shir amikunajirane, atani takarjisi isha paant ajaki weaji, arutani akianimi naga yanaram unisho penker warasran ahun Shuarjaj nanpersha inankastaran.

Fraternalmente
Alcalde del Cantón Gaiasha

Calendario 2014

Achuar Shuar

Diseño de cada mes en idioma Shuar y español.




Nacionalidad Shuar

Enero • Elsa

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
1 Año Nuevo	27	28	29	30	31	

Calendario 2014



Fiesta de la Chonta

Febrero • Yurank

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
11 12 Carnaval	24	25	26	27	28	

Calendario 2014

Elaboración de Changuna

Marzo • Nase

D	L	M	M	J	V	S	
31					1	2	
3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	
29 Viernes Santo	17	18	19	20	21	22	23
31 Dom. Resurrección	24	25	26	27	28	29	30

Calendario 2014

Malecón de Caisha

Abril • Yuntiak

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Calendario 2014

Nacionalidad Achuar

Mayo • Yumi

D	L	M	M	J	V	S	
			1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	
1 Día del Trabajo	19	20	21	22	23	24	25
24 Batalla de Pichincha	26	27	28	29	30	31	

Calendario 2014

Centro Turístico Yawings

Junio • Ysunki

D	L	M	M	J	V	S	
30						1	
2	3	4	5	6	7	8	
9	10	11	12	13	14	15	
16	17	18	19	20	21	22	
23 Fiestas Cantonales	23	24	25	26	27	28	29

Calendario 2014



Cascada de Machuntsa

Julio • Shukaim

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Calendario 2014



Grupo Guntak (Danza Shuar)

Agosto • Anumpim

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
	4	5	6	7	8	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
10 Grito de Independencia 25	26	27	28	29	30	31

Calendario 2014



Rio Macuma

Septiembre • Namur

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Calendario 2014



Mono Ardilla (Cocoro)

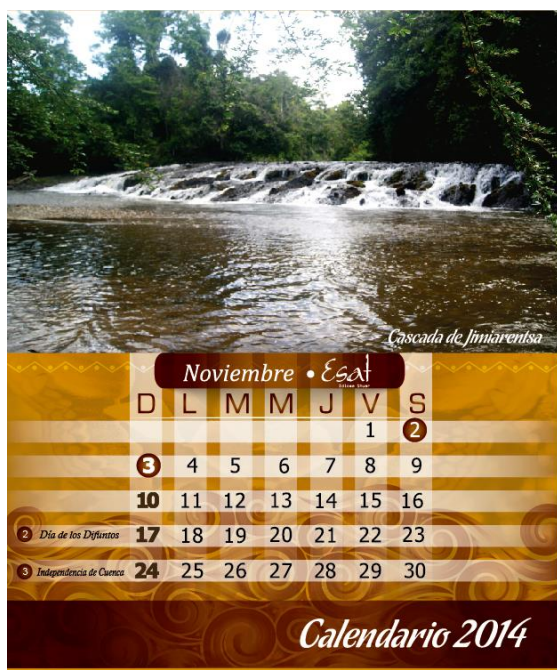
Cuchucho Kishi (Nasua Nasua)

Mono Capuchin (Sapajao Capuchin)

Octubre • Nankui

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
9 Ind. de Guayaquil 20	21	22	23	24	25	26
31 Día del Escudo 27	28	29	30	31		

Calendario 2014



- **Llaveros**

Con el propósito de dar mayor funcionalidad a los llaveros y que sea un souvenir atractivo al a la ciudadanía o turistas se tomó como base un llavero cortaúñas y descorchador metálico con la imagen turística institucional.

Diseño del llavero



- **Vallas**

Las vallas a implementarse para potenciar la actividad turística cantonal se ubicaran en dos sectores y contarán con fotografías que incentiven o llamen la atención a los turistas o visitantes.

1. Intersección entre la vía Macas-Puyo-Evenezer: en esta intersección se ubicara una valla turística informativa que facilitara el ingreso hacia el cantón Taisha puesto que no existe señalización.
2. Vía Macas – Cuenca: en el sector sur de la ciudad de Macas se ubicara una valla turística con imágenes que motiven a los turistas viajar a este cantón.

Diseño de las vallas

Intersección entre la vía Macas-Puyo-Evenezer



Vía Macas – Cuenca



Presupuesto del material promocional.

Tabla 19. Presupuesto del material promocional

CANT.	DETALLES	V. UNITARIO	TOTAL + IVA
2	VALLAS PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA Tamaño: 8m x 5m. Lona: 13 onz. Impresión 6 pasadas más laca. Materiales: tuvo cuadrado de 10cm. Postes: Estructura tejida en tubo de G de 10cm. Tamaño: 5 metros de altura x 8 metros de ancho. Pintura anticorrosiva Instalación en el sitio Bases fundidas en concreto	4000	8000
1000	Plegables Tamaño: A2 Impresión: full color tiro y retiro Material: couche Terminados: Grafado	0,85	850
1000	Afiches Tamaño: A2 Papel: couche mate más plastificado Impresión a full color	0,50	500
1000	Llaveros Llavero cortaúñas y descorchador metálico con la imagen turística.	2,775	2775
1000	Calendarios turísticos Impresión: Full color Hojas: 13 Material: couche de 150 gramos Terminados: engrampado, uv	2,38	2380
5000	Postales Tiro a full color y retiro a un solo color, cartulina plegable Filtro uv	0,19	950
		TOTAL	15455

Elaborado por: Autor

Fuente: Empresa de Diseño Gráfico "Impresa"

Distribución

- El material promocional será distribuido estratégicamente en los diferentes eventos a nivel nacionales en los cuales participe el GAD Municipal de Taisha.
- Se entregara en los diferentes centros de información turística a nivel nacional.
- En las agencias de viajes registradas por el Ministerio de Turismo de la provincia.
- A los servidores turísticos del cantón y provincia.
- A los visitantes que se acerquen a solicitar información turística.

Estrategia de Publicidad

Medios Masivos

En la actualidad con la innovación tecnológica constante que existe, es posible llegar de manera inmediata a todos los lugares del planeta y de esta manera interactuar con los diferentes tipos de personas o turistas que se encuentren interesados en viajar, dentro de los diferentes medios masivos que ofrece el internet se propone realizar publicidad en la web 2:

- **Facebook**

En la presente investigación se optó utilizar esta herramienta social, por su gran acogida en el mercado, con el objetivo que sea manejada de manera interactiva para dar a conocer la actividad turística que se viene generando a nivel cantonal, a través de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, en la página propone publicar fotografías, información, eventos y todas las actividades de interés en el mercado objetivo.

- **YouTube**

El YouTube es una herramienta social gratuita que permite compartir vídeos, es por ello que diariamente es mayor el número de seguidores.

Se propone el uso de esta herramienta social ya que permite dar a conocer las distintas actividades y eventos que viene realizando la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo en el área de turismo, además se propone la elaboración de un video promocional turístico que incentive a viajar al público o turista, ya que con una perspectiva más real del cantón, se captará un mayor número de personas interesadas en viajar al cantón.

Medios Nacionales

- **Estructura de Ferias turísticas**

En el Ecuador se realizan ferias turísticas de carácter internacional, nacional, provincial y locales, mismas que logran dar a conocer las potencialidades turísticas de cada sector, puesto que existe afluencia de visitantes, turistas, y empresarios turísticos que se encuentran muy interesados en conocer u operar diversos tipos de destinos.

- **Características:**

El montaje del stand turístico deberá contar con características que identifique al cantón, además deberá mostrar las fortalezas más sobresalientes para llegar a cautivar los diversos tipos de mercado.

El diseño del stand turístico dependerá del tipo o enfoque de la feria expositora, superficie contratada y el presupuesto asignado para el desarrollo de la misma.

Durante el desarrollo de las ferias turísticas se realizará exposiciones de la cultura Shuar y Achuar, además de brindar folletos informativos que den a conocer el potencial turístico del cantón.

- **Ferias turísticas de importancia:**

Existe gran diversidad de ferias turísticas que se realizan continuamente en todo el territorio ecuatoriano, mismas que atraen a diversos tipos de turistas o visitantes que se interesan en conocer o viajar a nuevos destinos que satisfagan sus necesidades.

1. Feria Internacional:

- Feria Internacional de Turismo del Ecuador (FITE)

La feria Propicia un encuentro internacional en el que como sede Guayaquil, la mayor ciudad y puerto del país con más de 3.000.000 habitantes, la provincia del Guayas y el Ecuador en su totalidad, tengan la inmejorable oportunidad de hacer conocer los atractivos y oferta a los operadores turísticos del mundo y también los periodistas especializados, con la finalidad de que globalicen, canalicen y difundan todas las alternativas de nuestra inmejorable y megadiversa oferta turística.

La proyección de la FITE 2014 en relación a la que se desarrolló en el 2013 es de 65000 visitantes.

2. Ferias Nacionales:

- Feria de Municipalidades del Ecuador (AME)

La Feria de la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME) genera gran afluencia de visitantes, puesto que cuenta con la participación de los GAD Municipales, mismos que establecen que las sedes del desarrollo de las ferias serán de manera rotativa, es decir cada feria contara con una ciudad anfitriona distinta.

- Feria de Duran

La Cámara de Turismo del Guayas ejecuta un plan que apunta a satisfacer a los dos colectivos que forman la feria: los expositores y los visitantes.

La expectativa de la Cámara es que en los 10 días que durará la feria, sean 500.000 personas las que lleguen al recinto para participar de la oferta comercial y turística.

Medios provinciales y locales:

Estructura de la campaña escrita

La actividad turística cuenta con diversas modalidades, razón por la cual las publicaciones que se realicen serán variadas con la finalidad de mostrar todas las potencialidades con las que cuenta el cantón, además las actividades que viene desarrollando la Secretaría se informara a través de la Rendición de Cuentas que se elabora anualmente.

Para el diseño del material digital se contratara un diseñador gráfico que se encargue de diseñar el material de manera atractiva hacia el turista.

- **Revista Rendición de Cuentas:** El GAD Municipal informa a la ciudadanía en general del trabajo que se viene realizando, para la Secretaría se propone realizar un informe detallado de las actividades desarrolladas como Secretaría, además se incluirá una sección dentro de la revista, las actividades turísticas que ofrece el cantón.
- **Revistas Exprésate Morona Santiago:** En la provincia de Morona Santiago existe la revista “Exprésate Morona Santiago” que cuenta con buena acogida a nivel provincial puesto que cuenta con un espacio importante en cuanto se refiere a la red social de Facebook ya que existe constante información actualizada de diversa índole.

La revista impresa mantiene una línea editorial enfocada en la difusión de temas turísticos, culturales, deportivos y sociales de la provincia.

Presupuesto por edición:

PLAN SUPERPREMIUM	Publicación, full color 2 PÁGINAS - 500 Revistas	\$549.00 ^{+IVA} por edición
--------------------------	---	---

- **Artículo Turístico redactado acorde al Plan Superpremium que consta de dos páginas, tomando en cuenta el tamaño de la letra que constara en el artículo y las fotos que lo acompañaran.**

Tema: Historia de Taisha

Es interesante conocer los inicios de la ciudad de Taisha y como ha ido creciendo en el transcurso del tiempo, el origen y la historia inicia en los años 20 cuando *Taish*, un gran guerrero Shuar se estableció con sus 2 esposas Anchumir y Mamat, sus hijos, familiares y su hermano, en lo que hoy es Macuma, sin embargo, por vengar la muerte de su hermano, una antigua costumbre muy arraigada en la cultura de los pueblos ancestrales, tuvo que moverse nuevamente con su grupo e internarse al interior de la selva para evitar una posible represalia; es así que se instaló en lo que hoy se conoce como la comunidad de San José.

En el año 1939, llegaron comisiones de exploración petrolera de la Compañía Royal Dutch Shell, quienes tomaron contacto con el único grupo de habitantes de la zona, liderados por Taish, y precisamente por esto, nombraron al lugar Campamento Taish. Entre las obras destacables del grupo de exploración, está la construcción de la pista de aterrizaje que se utiliza hasta la actualidad, y la apertura de una vía que hoy en día es la avenida Arutam.

Taish como líder era sociable, ganándose el aprecio de la gente mestiza que se encontraba en ese entonces, por lo cual le pusieron de sobrenombre el Capitán Taish, de esta manera la cultura Shuar entra en contacto con la población mestiza y empieza a darse el intercambio cultural. En 1942, la compañía abandona el lugar ante la inexistencia de hidrocarburos livianos, quedando únicamente los antiguos pobladores.

En el año de 1956, ingresa a Taisha el Padre Otto Riedmayer de origen Alemán y dos años más tarde llega el Padre Luis Casiraghi de la misión salesiana junto con un grupo de

jóvenes Shuar desde Sevilla Don Bosco, atravesando la cordillera del Kutukú, en busca de un lugar propicio para la fundación de la misión.

La obra que los salesianos establecen en Taisha constaba de dos internados: un masculino y un femenino. El primero estaba a cargo de los Salesianos y el segundo a las Hermanas de los Sagrados Corazones de Jesús y de María. El servicio de internado que los padres salesianos prestaron a la comunidad fue de 20 años.

El 10 de diciembre de 1958 llega un grupo de militares al mando del Sargento Elías Revelo y ocupan el lugar denominado Campo Taisha, para resguardar la frontera entre Perú y Ecuador, ya que el Cantón Taisha es zona fronteriza, gracias a ellos se intensifica el tráfico aéreo, el 01 de septiembre de 1961 toma el nombre de Compañía N° 39 Morona, siendo su primer comandante el Capitán de Infantería Edmundo Rea. Con la presencia militar Campo Taish se va fortaleciendo, constituyéndose en una fuente de apoyo. El 13 de abril de 1962 cambia de nombre a Compañía de Selva 61 Morona, para luego convertirse en el Batallón de Selva N° 50 Morona.

En 1963 la misión Salesiana y el Comando Militar ya estaban organizados y en 1965 se funda la primera escuela con el nombre de Río Morona.

Desde su inicio el Campo Taish, perteneció a la parroquia Morona, luego a la parroquia Miasal, para posteriormente pertenecer a Huasaga.

El 11 de Agosto de 1967, campo Taish es elevado a Categoría de Parroquia, siendo el Presidente de la República el Dr. Otto Arosemena, con el decreto ejecutivo 165, aprueba la creación de la Parroquia Taisha denominada así en honor al Shuar Taish, parroquia que perteneciente al cantón Morona y designando a Jorge Jimpikit como el primer Teniente Político. El 11 de septiembre de 1967 muere el gran guerrero Shuar Taish, un ícono en la historia de la zona, la causa de su muerte se desconoce pero no fue atribuida a cuestiones culturales, por lo que se presume que fue por muerte natural.

El 28 de Junio de 1996, el Arquitecto Sixto Duran Ballén, Presidente de la República, mediante el decreto legislativo N° 123 expedida el 6 de junio de 1996 y publicada en el Registro Oficial N° 977, “considera conveniente que la parroquia Taisha, de la jurisdicción del cantón Morona de la provincia de Morona Santiago, ubicada en el extremo nororiental de la provincia comprendida entre el río Pastaza, la cordillera de Cutucú y la frontera sur con el Perú, se convierta en cantón.

El surgimiento del GAD Municipal ha sido un factor de gran importancia dentro del desarrollo de esta jurisdicción generando oportunidades, ampliando los ámbitos de acción de cada administración, como ha sucedido con quienes se han desempeñado en funciones de alcalde como: Prof. Domingo Antún, Prof. Leónidas Shakay, Lcdo. Germán Ujukam, y en la actual administración el Lcdo. Celestino Wisum con los concejales Prof. Rafael Antuash, Méd. Sonia González, Lcdo. Alberto Antún, Edo. Mauricio Júa, Tlgo. Jerónimo Mashu.

Diseño de artículo: Taisha nos cuenta su historia



Elaborado por: Autor

Revista de Rendición de Cuentas Municipal: El GAD Municipal de Taisha con el propósito de cumplir con informar y transparentar la gestión, informa las actividades se vienen realizando de manera dentro de la Gestión de cada Secretaría Técnica, dirigida por el señor alcalde, por lo se realizó proceso de elaboración de la revista, a través de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo.

Publicidad Radial

La publicidad se plantea utilizar en fechas especiales de movimiento turístico, como es el caso de agosto, fecha que ha sido denominada como el mes de la cultura y el turismo por parte de la Casa de la Cultura de Morona Santiago en coordinación con la Dirección Provincial de Turismo de Morona Santiago. Festividades de Cantonización de Taisha y Feriado de Carnaval, como una manera de ocupar un sitio en la mente de los turistas previo el inicio de los feriados o eventos especiales.

En la elaboración de la cuña radial se utilizara un locutor masculino, utilizando varios efectos de naturaleza que cautiven la atención del público durante 30 segundos y los incentive a viajar y conocer este singular cantón.

- **Ejemplo de Cuña Radial**

Locutor: cansado del smog, el ruido, contaminación y rutina diaria.....

Locutor: Necesitas escapar, ven y disfruta de la exuberante vegetación y de su imponente cultura Shuar y Achuar en el Cantón Ecológico e Intercultural TAISHA

Locutor: Visita nuestra página web, www.municipio.taisha.gob.ec y obtendrás toda la información, para disfrutar de una inolvidable travesía.....

Locutor: GAD Municipal de Taisha, Impulsando el desarrollo Turístico Cantonal.

- **Presupuesto**

La elaboración de la cuña radial técnicamente con los efectos especiales de sonido cuenta con un costo de 80 dólares.

Tabla 27. Presupuesto Cuña Radial

Medio	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Radio	16 veces al día	400	4880

Elaborado por: Autor
Fuente: Radio Impacto

La cuña Radial se realizara en horario regular, en las dos radios con mayor preferencia del público en Morona Santiago, basado en el Sondeo de medios de comunicación en Morona Santiago, realizado por la Unidad de Gestión Política y Marketing 2014.

- Radio Vos del Upano
- La Radio 100.1

Eventos provinciales y locales

La provincia de Morona Santiago se encuentra constituida por 12 cantones, de los cuales los más poblados y con mayor afluencia de turistas son:

- Cantón Morona
- Cantón Sucúa
- Cantón Gualaquiza

Tabla 21. Población de Morona Santiago definida por cantones

CANTÓN	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	PROVINCIA
Población del Cantón Gualaquiza	8697	8465	17162	Morona Santiago
Población del Cantón Huamboya	4316	4150	8466	Morona Santiago
Población del Cantón Limón Indanza	4812	4910	9722	Morona Santiago
Población del Cantón Logroño	2873	2850	5723	Morona Santiago
Población del Cantón Morona	20611	20544	41155	Morona Santiago
Población del Cantón Pablo Sexto	941	882	1823	Morona Santiago
Población del Cantón Palora	3546	3390	6936	Morona Santiago
Población del Cantón San Juan Bosco	1975	1933	3908	Morona Santiago
Población del Cantón Santiago	4859	4436	9295	Morona Santiago
Población del Cantón Sucúa	8972	9346	18318	Morona Santiago
Población del Cantón Taisha	9368	9069	18437	Morona Santiago
Población del Cantón Tiwintza	3879	3116	6995	Morona Santiago
Población de Morona Santiago TOTAL	74849	73091	147940	Morona Santiago

Fuente: INEC 2010

Los cantones tomados en cuenta en la presente investigación, son los que cuentan con el mayor número de habitantes ya mayor flujo turístico ya que el propósito es comunicar al mayor número de personas la potencialidad Turística del cantón Taisha.

Provinciales

- **Ferías:** En cuanto se refiere a ferias turística en la provincia, no existen ferias exclusivas de turismo pero en las festividades de provincialización y cantonización de cada uno de los cantones de la provincia se realiza promoción turística mediante stands turísticos, lo cual ayuda a posicionar los destinos turísticos en la mente de la ciudadanía local y visitantes que acuden a estos eventos.

Tomado en cuenta que la meta es posicionarse en la provincia de Morona Santiago, se torna importante participar en los eventos que se realizan por motivo del aniversario de provincialización de Morona Santiago el 10 de noviembre, así como los aniversarios de cantonización de los cantones más poblados como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 22. Festividades de cantonización

Cantón	Aniversario
Morona	29 de mayo
Sucúa	8 de diciembre
Gualaquiza	16 de agosto

Elaborado por: Autor

Locales:

- **Festividades:**

Carnaval: En cuanto a eventos en el cantón Taisha, la Secretaría Técnica de Turismo realiza el evento de carnaval con una agenda de 4 días de eventos, mismos que coordina con la Secretaría de Desarrollo Social para lo cual, los dos primeros días corresponden únicamente a Turismo y los dos restantes a Desarrollo Social.

Cantonización: Las Festividades de cantonización se realiza con la participación de todas las 6 Secretarías de Gestión para lo cual el Relacionador Público de la institución se encarga de realizar toda la publicidad concerniente para las festividades y la Secretaría Técnica de Turismo se encarga de realizar el diseño del programa de fiestas y afiche de fiestas con la contratación de un diseñador gráfico que se encarga del diseño en base a los requerimientos de la Secretaría de Turismo.

- **Carnaval:** El carnaval es un evento que genera gran movilización de turistas ya que existe un feriado a nivel nacional que dura cuatros días, que permite a los habitantes de la localidad la oportunidad comercializar su productos y servicios para mejorar su economía.

Para comunicar el evento de manera más estructurada se propone a la Secretaría Técnica de Turismo coordinar con el señor alcalde para realizar la invitación formal al evento programado de carnaval en la radio de la localidad y con el fin de llegar a la población local eficientemente con el evento se propone utilizar el perifoneo en las comunidades que cuentan con acceso terrestre.

En cuanto a la comunicación provincial se propone la coordinación con las tres radios más sonadas de la ciudad de Macas para que se dé a conocer la programación del evento de Carnaval a través de un spot promocional radial.

El material impreso promocional del evento se realizara a través de la elaboración de una agenda de programación a full color en papel couche mate para brindar calidad en los materiales lo cual generara el interés de los turistas.

La entrega del programa de carnaval se realizara en la localidad a través de la entrega hacia los presidentes de las juntas parroquiales y síndicos de las

comunidades y en lo concerniente a la provincia se entregara al ministerio de turismo y prestadores de servicios turísticos.

Diseño de programa de eventos de carnaval



Fotografía: Autor
Diseño: Dis. Raúl Guevara

Perifoneo Local

Con la finalidad de llegar hacia el mayor número de ciudadanos de la localidad se propone la utilización del perifoneo ya que es una herramienta, una de las maneras de llegar a informar las actividades que se están desarrollando en los feriados o actividades de relevancia es la utilización del perifoneo ya que es un medio este medio para llegar al público objetivo.

3.2.3 COMUNICACIÓN INTERNA

Tabla 23. Estrategias y acciones de comunicación interna

ESTRATEGIAS	ACCIONES
Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Anual • Mensual
Manual interno	<ul style="list-style-type: none"> • Manual de funciones • Procedimientos

Reuniones	<ul style="list-style-type: none"> • Quincenal • Incentivos a los funcionarios
Buzón	<ul style="list-style-type: none"> • Buzón de atención al cliente

Elaborado por: Autor

Planificación

- **Anual:** El presupuesto municipal se ejecuta anualmente, motivo por el cual, la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo desarrollara una planificación de las actividades a desarrollar durante el año, actividades que son evaluadas en base al nivel de cumplimiento, puesto que se asigna una partida presupuestaria para cada actividad planteada y aprobada por el ejecutivo municipal, por lo cual es necesario contar con una estructura establecida y en consecuencia ejecutarla a medida de la planificación expuesta.
- **Mensual:** Al contar con una estructura definida de las actividades a desarrollar durante el año, es necesario plantear el una estructura de avance mensual de las mismas, tomando en cuenta el proceso de contratación a través del portal de compras públicas y procedimientos preestablecidos de acuerdo al tipo de contratación que se realice en cada una de las actividades.

Manual Interno

- **Manual de funciones:** la Secretaria Técnica de Gestión de Turismo ha desarrollado un manual de funciones para cada uno de los funcionarios que laboran en esta dependencia, como se detalla en el capítulo uno de la presente investigación, con el propósito de fortalecer de manera eficiente y eficaz la Secretaría para alcanzar los objetivos institucionales.
- **Manual de Procedimientos:** para la ejecución de las actividades establecidas en la Secretaria es necesario cumplir con procedimientos obligatorios en base a la normativa establecida por el GAD Municipal de Taisha, mismo que se enmarca en la Constitución de la República, COOTAD y demás leyes vigentes que constan en el capítulo uno de la presente investigación.

Reuniones

Reunión Quincenal de trabajo: para trabajar coordinadamente y enfocados a cumplir las actividades planteadas durante el año se establecerán reuniones quincenales donde se coordinara el avance de las actividades y se evaluara el nivel de ejecución realizado por cada uno de los funcionarios.

Incentivos a los funcionarios: con el propósito de impulsar el trabajo realizado por los funcionarios y establecer un buen clima laboral dentro de la Secretaría, se plantea otorgar un reconocimiento al funcionado más destacado en el cumplimiento de sus funciones y en cuanto al establecer un buen clima laboral, se propone organizar eventos sociales en fechas importantes a nivel de la Secretaría, para fomentar el compañerismo y buenas relaciones laborales entre los funcionarios.

Buzón

Buzón de atención al cliente: Puesto que una de las actividades primordiales de la Institución y Secretaría es brindar una buena atención al cliente se propone implementar un buzón al público en general que acude a la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo para detectar las falencias o aciertos que se vienen realizando a nivel de la Secretaría con el propósito de mejorar la calidad en el servicio.

3.2.4 COMUNICACIÓN DE CRISIS

Estrategia de Responsabilidad

En la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, en el transcurso de su funcionamiento no se han producido situaciones de crisis o problemas que hayan ocasionado inconvenientes o problemas que ameriten un señalamiento de crisis como tal.

Las crisis o problemas se presentan por diversas situaciones, que muchas de las veces se agrandan por la falta de acciones en el momento que se producen; en el caso de que se produzca alguna eventualidad en el futuro se propone en un sentido positivo y responsable actuar de manera inmediata ante cualquier tipo de dificultad que surja, asumiendo la responsabilidad del caso y plantear soluciones para superar las situaciones y mantener una buena imagen institucional.

3.2.5 COMUNICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Estrategia de conservación del medio ambiente, apoyo a las comunidades e instituciones educativas.

La Secretaría Técnica de Gestión de Turismo dentro de sus actividades programadas ha incluido actividades de responsabilidad social como es el caso de capacitaciones a las comunidades en temáticas de conservación de medio ambiente, capacitaciones a los niños de las instituciones educativas de primaria y siembra de árboles como se detalla en el capítulo uno de la presente investigación, mismas que no han sido planificadas y no se han producido de manera acentuada por lo cual se propone integrar estas actividades de manera estructurada poniendo énfasis en los siguientes aspectos.

- Incluir dentro de todas las capacitaciones el tema de Conservación del medio ambiente.
- Capacitar con más frecuencia a las comunidades en temáticas de emprendimiento y desarrollo local.
- Establecer un cronograma de capacitación a las escuelas y colegios en temáticas de conservación ambiental y siembra con apadrinamiento de plantas para generar un mayor compromiso con la naturaleza.

Presupuesto Anual en Comunicación

Tabla 24. Presupuesto anual en comunicación

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
1 Spot Radial (2 radios)	4880	9680
3 Revista (3 publicaciones)	549	1647
Diseño Página Web Facebook	104,16	104,16
Eventos y festividades Carnaval	10000 15000	10000(incluye IVA) 15000(incluye IVA)
2 Vallas	4000	8000
1000 plegables	0,85	850
1000 Afiches	0,40	400
1000 Llaveros	2,775	2775
1000 Calendarios Turísticos	2,38	2380

5000 Postales	O,19	950
		55.000

Elaborado por: Autor

Ejecución Presupuestaria

El GAD Municipal de Taisha, realiza asambleas participativas con las comunidades, donde se establece un borrador de las necesidades planteadas por la ciudadanía cantonal; como segunda etapa, se realiza la sesión de consejo donde se analiza las peticiones realizadas por las comunidades y el Presupuesto Operativo Anual planteado por cada una de las Secretarías Técnicas.

La Secretaría Técnica de Gestión de Turismo en el año 2013 recibió un presupuesto exclusivo para publicidad de 30.000 mil dólares, 10.000 mil dólares para eventos y además se estableció una ordenanza que establece que todos los años se destinara como mínimo 15.000 mil dólares y que estará sujeto a incremento para el desarrollo del evento Carnaval Turístico y Cultural.

En base al presupuesto anual en comunicación planteado en cada una de las estrategias, se proyecta la ejecución presupuestaria de la siguiente manera.

Planteamiento de la ejecución presupuestaria Anual

Tabla 25. Cronograma de actividades

Estrategia	Acciones	Detalle	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic.		
Comunicación Externa	Marketing	Afiches, vallas, folletos, entre otros.		X							x					
	Publicidad	Radio		X	X	X	X	X	X	x	X	x	x	x	x	
		Revista Exprésate Morona Santiago		X												
		Página Web		X				X		x						
		Carnaval		X	X											
		Ferías:	FITE									x				
			AME										x			
			Duran										x			
		Eventos Provinciales	Fiestas de Provincialización												x	
			Fiestas de Macas						X							
			Fiestas de Sucúa													x
			Fiestas de Gualaquiza									x				
			Fiestas de Taisha							X						

Elaborado por: Autor

Análisis de Efectividad

Costo beneficio: Las estrategias utilizadas para dar a conocer los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón son enmarcadas dentro del plan comunicacional, mismo que incurre en un presupuesto de 55.000 mil dólares, los cuales son considerados como una inversión, puesto que al atraer turistas o inversión se promueve el desarrollo de la actividad turística, que implica el incremento de emprendimientos y en consecuencia se genera fuentes de trabajo, es decir un beneficio social.

El turismo en Ecuador genera aproximadamente el 5% de empleos en el país, mueve unos 1.200 millones de dólares anuales, se ha posicionado como la tercera fuente de ingresos no petroleros.

Indicadores de ejecución de la Investigación

Tabla 26. Indicadores del Plan de Comunicación

Indicadores	Acciones
<i>De realización física</i>	Se medirá de acuerdo al cumplimiento del cronograma de actividades programadas que se plantean.
<i>De realización financiera</i>	Se verificara la ejecución del presupuesto a través de las partidas presupuestarias asignadas a la Secretaría.
<i>De impacto</i>	<ul style="list-style-type: none">• Aceptación de los servidores turísticos y consumidores de la imagen que se proyecta.• Utilización de la marca turística por parte de los servidores y consumidores.• Se utilizará encuestas, entrevistas y observación directa para determinar el impacto.• Número de consultas de información realizadas.
<i>De resultado</i>	<ul style="list-style-type: none">• Número de turistas que ingresen al cantón.• Incremento de emprendimientos turísticos.• Incremento de fuentes de empleo.

Elaborado por: Autor

CONCLUSIONES

La hipótesis estructurada al inicio de la investigación donde se enuncia que las estrategias comunicacionales planteadas le permitirá a la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, fortalecer su gestión y dar a conocer al cantón Taisha como destino turístico en el mercado objetivo es positiva.

- La Secretaría Técnica de Gestión de Turismo cuenta con una estructura orgánica funcional que cuenta con el personal suficiente para desarrollar las estrategias comunicacionales que permitan dar a conocer a Taisha como un destino turístico.
- Las actividades realizadas para dar a conocer al cantón se enfocaron en la promoción turística desarrollada durante los tres años de funcionamiento de la Sección de Turismo y un año de funcionamiento de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo en el año 2013, promoción que se ejecutó sin una estructuración técnica investigativa.
- La demanda de turismo interno y receptor identificado en la provincia de Morona Santiago demuestra que los turistas en su mayoría tienen preferencia de realizar actividades de turismo cultural y ecoturismo por lo cual se concentran en la ciudad de Macas para distribuirse a los diferentes destinos de interés, mostrando así que el cantón con mayor afluencia de turistas se concentra en el cantón Morona, mientras que el cantón Taisha no registra movimiento turístico relevante de acuerdo a las estadísticas de flujo turístico a pesar de contar con atractivos exclusivos de carácter cultural y natural.
- El registro de visitantes que interactúa con el cantón Taisha en su gran mayoría pertenece al cantón Morona, mismos que ingresan por motivos de negocio y comercio, y muestran interés de realizar actividades turística pero no las realizan por el desconocimiento de las actividades ofertadas.
- El catastro turístico se muestra reducido, los empresarios que prestan servicios turísticos hacia los visitantes buscan captar turistas que generen ingresos a sus negocios para desarrollar sus empresas.

- El estudio analizó los diferentes parámetros que inciden en la formulación de la propuesta, mismos que incluyen el presupuesto asignado a la Secretaría, las fortalezas que necesitan ser comunicadas al público, la selección del mercado objetivo, el flujo turístico e imagen a ser proyectada como institución municipal.
- La investigación determinó plantear cinco estrategias comunicacionales enmarcadas en lograr fortalecer la gestión de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo, misma que dentro de sus atribuciones busca el desarrollo turístico del cantón.
- El diseño del plan comunicacional estima captar el 10% de turismo interno y receptor registrado, lo cual beneficiara directamente a los servidores turísticos y generara divisas indirectamente a los empresarios que interactúa en torno al flujo turístico.
- El GAD Municipal de Taisha contara con una guía estructurada de estrategias comunicacionales que le permitirá fortalecer su gestión y generar fuentes de empleo a la población, a través de la Secretaría Técnica de Gestión de Turismo quien será la encargada de ejecutarlo.

RECOMENDACIONES

- Reducir el índice de desconocimiento de la potencialidad turística del cantón, con la aplicación del plan de comunicación propuesto en la presente investigación con el fin de desarrollar el turismo cantonal, dinamizar la economía local y posicionar la imagen corporativa turística del GAD Municipal de Taisha.
- Establecer un sistema de actualización periódica de estrategias de comunicación, en alianza con las instituciones públicas, privadas y las comunidades para directa e indirectamente elevar el impacto comunicacional e integrar a los diferentes segmentos de la sociedad en la actividad turística sostenible.
- Designar más recursos a la Secretaría técnica de Turismo para incrementar el alcance comunicacional, que permita dar a conocer los atractivos turísticos, servicios turísticos que se ofertan y los diferentes eventos que se realizan de manera local, provincial y nacional.
- Incrementar los eventos turísticos que se desarrollan anualmente en la localidad en fechas especiales de movilidad turística que permita incrementar el flujo turístico y dinamizar la economía local.
- Invertir en la elaboración y ejecución de proyectos turísticos municipales que diversifique y fortalezca la actividad turística cantonal.

BIBLIOGRAFÍA

- Celaya J., Herrera P. (2007). Comunicación Empresarial 2.0. España: Ediciones Grupo BPMP. Recuperado de: <http://bibliotecalibre.org/bitstream/001/162/8/978-84-611-9437-7.pdf>
- Costa J. (2010). El DirCom hoy, Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. (2ª. Ed.) Barcelona. Edición Costa Punto Com Editor.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010). Recuperado de: http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf
- Kotler P., Armstrong G. (2007). Marketing, Versión para Latinoamérica. (11ª. Ed.) México. Edición Pearson Educación.
- Ley de Turismo (2002). Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf/09/12/2013>
- Como Elaborar el Plan de Comunicación. Manual Práctico de la PYMES. Recuperado de: http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf/06/06/2013.
- Martínez López, J. S. (2004). Estrategias metodológicas y Técnicas para la Investigación Social. Recuperado de: <http://www.geiuma-oax.net/sam/estrategiasmetodologicas.pdf/14/07/2013>
- Niño Rojas, V.M (2007), Competencias en la comunicación. (2ª Edición) Bogotá. Ediciones ECOE.
- Ocampos Villegas M. C. (2011). Comunicación Empresarial. (2ª Edición) Bogotá. Ediciones ECOE.

Tesis

- Santos Rumba A., (2011). Análisis de una Estrategia de Comunicación aplicada al ámbito de las Universidades en la ciudad de Guayaquil, caso UCSG, decenio 2001 – 2011. (Tesis inédita de maestría) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil.
- Jordán Osorio A., Vargas González G. (2007). Diseño de un Plan Estratégico de Comunicación Institucional en el proceso de enseñanza aprendizaje del centro educativo matriz g-3 de la ciudad de Guayaquil. (Tesis inédita de maestría) Universidad Estatal de Bolívar. Bolívar.
- Colcha Cushquicullma F. C., Muquinche Paucar L. R. (2011). Plan de Comunicación para el mejoramiento de la imagen corporativa de la fundación de acción y servicios comunitarios “Pan” en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba para el año 2011. (Tesis inédita de pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Robalino Barrera D. V., Velastegui Jurado C. A. (2010). Plan Comunicacional para promover el turismo en el Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua. (Tesis inédita de pregrado) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
- Zambrano Herrera M. C., (2012). Plan de Comunicación del Municipio del Cantón Rumiñahui. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana de Quito. Quito.

GLOSARIO

AME: Asociación de Municipalidades del Ecuador

COOTAD: Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización

DAC: Dirección de Aviación Civil

FITE: Feria Internacional de Turismo del Ecuador

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

GADMT: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Taisha

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

LUAF: Licencia Única Anual de Funcionamiento

MINTUR: Ministerio de Turismo

OMT: Organización Mundial de Turismo

PDOT: Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial

PEA: Población Económicamente Activa

PLANDETUR: Plan de Desarrollo Turístico

POA: Presupuesto Operativo Anual

POT: Plan de Ordenamiento Territorial

SECAP: Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional

STGT: Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

SIISE: Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para determinar el Perfil del Visitante

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA PERFIL DEL VISITANTE

Por favor conteste de manera objetiva:

1. Género:

- a. Femenino
- b. b. Masculino

2. Edad.....

3. Lugar de residencia permanente.

Provincia.....

Ciudad.....

4. Estado civil:

- a. Soltero
- b. Casado

5. Nivel de Instrucción:

- a. Superior
- b. Secundaria
- c. Otro

6. Motivo de su viaje:

- a. Trabajo
- b. Negocios
- c. Turismo
- d. Otro

7. Cuando viaja, en compañía de quien lo hace:

- a. Familia
- b. Solo
- c. Amigos
- d. Otro (especifique)

8. Cuanto está dispuesto a gastar diariamente para realizar actividades turísticas:

- a. 25 a 40
- b. 40 a 55
- b. 55 a 70
- d. 70 en adelante

9. Conoce que actividades turísticas puede realizar en el Canton Taisha

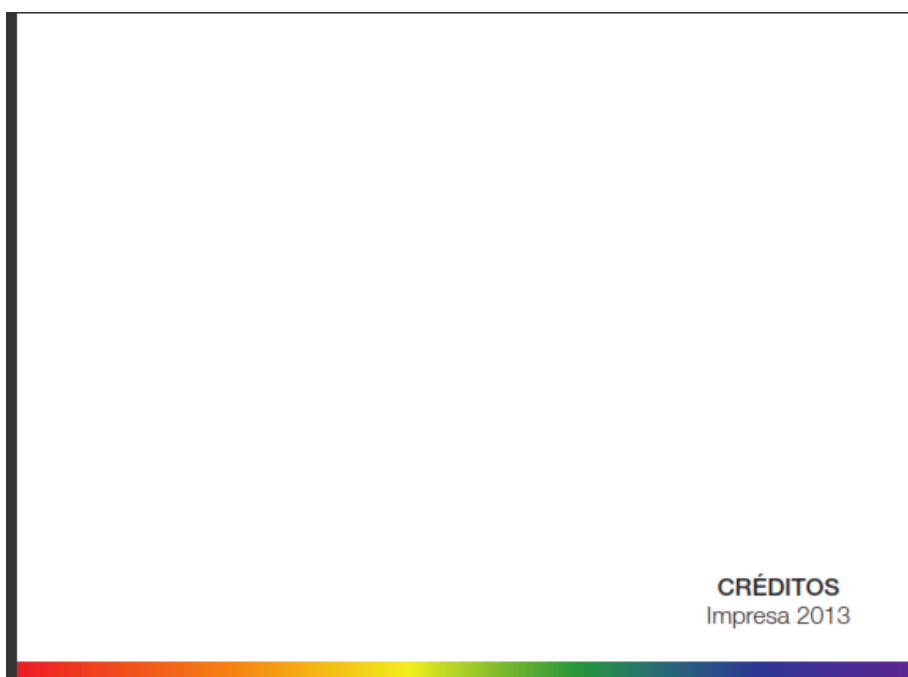
- a. Si
- b. No

10. Atraves de que medio de comunicación se informa sobre lugares turísticos

- a. Internet
- b. Radio
- c. Folleto informativos
- d. Revistas
- e. Television
- f. Otros

Gracias por su Colaboración

Anexo 2. Imagen Corporativa Institucional Rediseñada.



Introducción

La imagen Institucional, es una abreviatura de elementos sobresalientes del cantón, que se funden en una composición tipográfica que forma una firma institucional que se la puede aplicar en toda clase de material impreso o visual.

Se proyecta a colocarse visualmente en la mente de la ciudadanía cantonal, provincial y nacional como una institución competitiva que lidere procesos de cambio con el objetivo de lograr el buen vivir de su pueblo.

El logo puede incorporarse y acoplarse en los diferentes materiales que necesite la institución como es el caso de :

Papelería, vehículos institucionales, gigantografías, publicidad de prensa, letreros de obras, suvenires, entre otros que indiquen la presencia de la institución . Por lo tanto es importante tener en cuenta una amplia gama de posibles aplicaciones en las fases iniciales de la creación de la imagen, para asegurar una eficacia permanentemente en una variedad de medios informativos diferentes.

3

Índice

Introducción	3
Logotipo	5
Color	6
Un color	7
Escala de grises	8
Cuadrícula	9
Área de protección	10
Tamaño	11
Usos indebidos	12
Tipografía	13
Aplicaciones	14
Sobre	15
Hojas membretadas	16
Papelería de contabilidad	17
Credencial	20
Carpeta	21
Aplicaciones	
Camisetas	22
Souvenirs	23
Señalética	24



Logotipo

Elementos gráficos

1) **Rostro varón:** El rostro como representante de las culturas milenarias asentada en el cantón, con su mirada orientada a derecha, determina visión de futuro, de avance y trascendencia, el rostro también representa de manera simbólica a quién fuere "Taish", el fundador del asentamiento que posteriormente sería el cantón Taisha; el rostro pintado, como representación de las costumbres ancestrales.

2) **Tawasap:** Elemento emblemático y símbolo de liderazgo en las Nacionalidades Shuar y Achuar, su uso es característico en eventos solemnes o importantes.

3) **Cordillera Cutucú:** El sistema geográfico y la vegetación está representado en la suavidad de las líneas debajo del rostro, con el fin de evidenciar el alto grado de conservación y biodiversidad de su selva, que lo convierte en único al cantón.



4) **El Tucán:** Es un ave representativa dentro de la cultura Shuar y Achuar, es muy llamativa por su belleza y colorido, la pose del ave la hace lucir orgullosa y majestuosa demostrando el orgullo de un cantón que tiene un compromiso ecológico con su fauna.

5) **Taisha:** La tipografía se complementa armónicamente con el conjunto de elementos, se sostiene como una fuente sobria de respeto a la entidad a la que representa.

5

Color



6

Un color



7

Escala de grises



C= 0	C= 0	C= 0	C= 0	C= 0
M= 0	M= 0	M= 0	M= 0	M= 0
Y= 0	Y= 0	Y= 0	Y= 0	Y= 0
K= 100	K= 68	K= 55	K= 82	K= 30

8

Cuadrícula

En el caso de usos en donde se requiera la diagramación o el redibujo la cuadrícula ha de servir para mostrar las proporciones del logotipo para lo cual se ha de tomar como referencia un cuadrante x para determinar las proporciones del logotipo, las mismas que serán de $27x$ de ancho por $14x$ de alto. De esta manera se debe mantener sin cambio las proporciones originales del logotipo en cualquier trabajo de carácter manual.



9

Área de protección

En su utilización el logotipo deberá tener un espacio libre equivalente al 10% de la medida del ancho a cada lado y así mismo un 10% de el alto total del logo arriba y abajo, eso deja una área libre en la cual, el logo puede actuar libremente.



10

Tamaño

Para su correcta lectura e interpretación legible, es necesario se utilice el logotipo con una medida mínima de ancho de 20 mm. Las medidas a partir de allí serán utilizadas solamente en proporción a los elementos gráficos en los cuales han de ser combinados.



11

Usos indebidos



El logotipo no se debe utilizar en otros colores que no sean los de la identidad.



El logotipo no se debe utilizar con otra tipografía diferente.



El logotipo no debe ser modificado en su proporción.



El logotipo no se debe utilizar únicamente en línea interior.



El logotipo no se debe recortar para adaptarlo en su aplicación.



El icono no debe ser más grande ni más pequeño en relación a la tipografía.



El logotipo no puede ser aplicado en fondos de colores que pierdan la percepción del logo.

12

Tipografía

La tipografía utilizada es la siguiente:

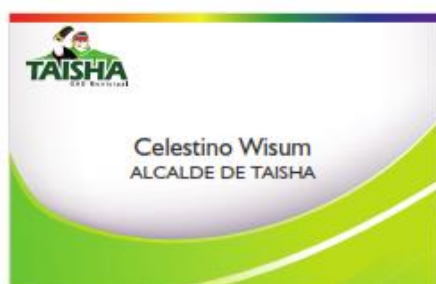


Eras Bold
Arial Bold

13

Aplicaciones

Tarjetas de Presentación Las tarjetas de presentación tendrán como propósito inicial el de socializar la marca por lo tanto, han de ser impresas en el anverso con el logo en grande y por el reverso con la información propia de una tarjeta personal.



14

Papelería

Sobre El sobre tiene el logo en la parte frontal y como marca de agua en la parte posterior, la información en la parte inferior.



15

Hojas membretadas

La Hoja membretada tiene los siguientes componentes:

1. Encabezado "Gobierno Municipal del Cantón Taisha"
2. Identificador departamental
3. Logotipo de Taisha , opacidad 10% centrada.
4. Direcciones y teléfonos de referencia de la institución.



16

Papelería

Los indicadores tienen como fin el de clasificar y separar la documentación por departamentos lo que facilita el manejo de información. La misma codificación de color que se determina para los departamentos será usada en otros elementos como señalética.

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
RUC: 140001690001
FACTURA 0002-001 N°

Fecha: _____
Cliente: _____
Dirección: _____ Pac: _____

CANT.	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL

Subtotal: _____
Descuento: _____
Subtotal I.V.A. 15%: _____
TOTAL: _____

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA

SECCIÓN TESORERÍA
INGRESOS DE CAJA N° _____

_____ de _____ del 2017

Recbí del Sr: _____ C.I. _____
La cantidad de: _____
Por concepto de: _____

EFFECTIVO: _____ CHEQUE: _____

NÚMERO: _____ BANCO: _____ VALOR: _____
Cta. Cta. No. _____

RECIBI CONFORME ENTREGUE CONFORME

DIRECTOR FINANCIERO

17

Gas

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Manda Centro, Av. Benigno Cordero y General Baigorria 14500016
Tel: 0227940100

EXPENDIO DE GAS DOMÉSTICO
INGRESOS DE CAJA N° _____

_____ de _____ del 2017

Recbí del Sr: _____ C.I. _____
La cantidad de: _____
Por concepto de: _____

EFFECTIVO: _____ CHEQUE: _____

NÚMERO: _____ BANCO: _____ VALOR: _____
Cta. Cta. No. _____

RECIBI CONFORME ENTREGUE CONFORME

DIRECTOR FINANCIERO

Memo

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Manda Centro, Av. Benigno Cordero y General Baigorria 14500016
Tel: 0227940100

Memorandum N° _____

De: _____
Para: _____
Asunto: _____
Fecha: _____

TAISHA
GAD Municipal

18

Certificado

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Ecológico e Interaccional

Oficina: Centro de Atención y Atención del Turista - 001210000
Fono: 021210000 - Taisha
COORDINADOR ESPECIAL - Resolución N° 216 del 26/03/2009

Certificado de no adeudar al Municipio
VALOR \$ 0.80 N° _____

DATOS DE IDENTIFICACION DEL SOLICITANTE

Apellido _____ Paterno _____ Materno _____ Nombre _____

Cédulas: Identidad _____ Votación _____ Libro de Registro _____ Nacionalidad _____

Domicilio: Calle _____ Calle y N° _____

LA TESORERIA MUNICIPAL DE TAISHA
Firma del Solicitante: _____
CERTIFICA: Que el solicitante no adeuda a la fecha emitida alguna, en la que se refiere a impuestos, tasas y contribución regional de mejoras.
Certificado válido por 30 días.
Fecha de Expedición: _____
Tesorero Municipal: _____

Comprobante

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Ecológico e Interaccional

Oficina: Centro de Atención y Atención del Turista - 001210000
Fono: 021210000 - Taisha
COORDINADOR ESPECIAL - Resolución N° 216 del 26/03/2009

COMPROBANTE DE EGRESO

Para pagar a la orden de _____ \$ _____
La cantidad de _____
Lugar y fecha _____ Cheque N° _____
Por concepto de _____

CODIGO	CONCEPTO	FECHA	DEBE	HABER

AL CALLE _____
CONTADOR _____ TESORERO _____
DIRECTOR FINANCIERO _____ JEFE COMISIÓN _____

19

Comprobante de retención

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Ecológico e Interaccional

RUC: 140001690001
COMPROBANTE DE RETENCIÓN
0001-001 N° _____
N° AUT. SRI _____

No. del _____ Fecha de Emisión _____
RUC: _____ Tipo de Comprobante de Retención _____
Descripción: _____ N° de Comprobante de Venta _____

Descripción	Base imponible para retención	Impuesto	Código del Impuesto	% de Retención	Valor Retenido

Firma del Agente de Retención: _____ Comprobante: _____

Credencial



20

Hojas membretadas

La Hoja membretada tiene los siguientes componentes:

1. Encabezado "Gobierno Municipal del Cantón Taisha"
2. Identificador departamental
3. Logotipo de Taisha , opacidad 10% centrada.
4. Direcciones y teléfonos de referencia de la institución.



16

Carpeta



21

Aplicaciones



22

Bolso Ecológico



Gorra



Taza



Porta Artículos



CD



23

Señalética

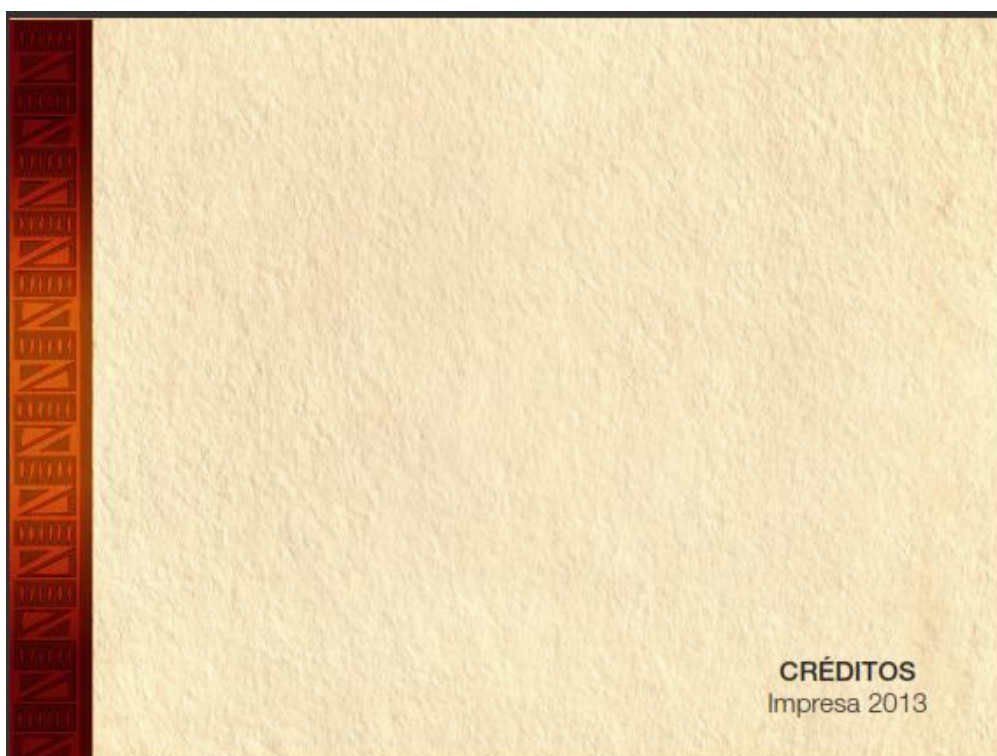
Se colocará frente a cada oficina la respectiva señalización. La medida esta en dependencia de los espacios en los cuales debe ser ubicados, recomendando hacerlos de mayor dimensión cuando esté ubicado hacia el exterior y cuando su distancia de lectura exceda los 2 metros.



24



Anexo 3. Manual de Imagen Turística creado en el 2013.



Introducción

El presente Manual tiene como fin recoger los elementos de identidad gráfica de la imagen turística municipal del cantón Taisha, para potencializar la actividad turística que se viene desarrollando de manera institucional con la coordinación con las comunidades, servidores turísticos, y empresarios.

La diversidad de los colores que se visualiza en el isotipo, muestran la diversidad de los recursos naturales y culturales con los que cuenta el Cantón, con el propósito de posicionarlo en la mente del mercado objetivo.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión con lineamientos establecidos de la Identidad Visual.

Índice

Créditos	2
Introducción	3
Índice	4
Logotipo	5
Color	6
Un color	7
Escala de grises	8
Cuadrícula	9
Área de protección	10
Tamaño	11
Usos indebidos	12
Tipografía	13
Aplicaciones tarjeta	14
Sobre	15
Hojas membretadas	16
Carpeta	17
Camiseta	18
Souvenirs	19
Credencial	20
Señalética	21

Logotipo



La marca turística está representada por un Tucán estilizado, que proyecta diversidad en los recursos turísticos naturales y culturales, con un sutil e imponente diseño que permite insertarse fácilmente en la mente del mercado objetivo.

La imagen turística contiene una estructura de 3 componentes, mismos que se los puede visualizar como la imagen estilizada de un tucán, la tipografía y eslogan turístico.

1. Tucán: Es una imagen estilizada y versátil que destella colorido, que comunica diversidad, desde este contexto transmite la diversidad y potencialidad turística natural y cultural que posee el cantón para ser recordada y entendida por el mercado objetivo.

2. "Taisha": La tipografía elegida enfoca un entorno dinámico y místico que se acopla a las Nacionalidades milenarias que habitan el cantón y la selva misteriosa que guarda secretos por ser descubiertos.

3. Ecológico e Intercultural": es una frase que identifica al cantón, es corta y fácil manejar en la mente del mercado objetivo.

5

Color

C= 45
M= 0
Y= 8
K= 0



C= 0
M= 35
Y= 85
K= 0



C= 50
M= 50
Y= 50
K= 100



C= 85
M= 50
Y= 0
K= 0



C= 75
M= 0
Y= 100
K= 0



C= 60
M= 100
Y= 14
K= 4



C= 0
M= 100
Y= 100
K= 0

6






Un color



7

Escala de grises



				
C= 0 M= 0 Y= 0 K= 100	C= 0 M= 0 Y= 0 K= 68	C= 0 M= 0 Y= 0 K= 55	C= 0 M= 0 Y= 0 K= 82	C= 0 M= 0 Y= 0 K= 30

8

Cuadrícula

En el caso de usos en donde se requiera la diagramación o el redibujo la cuadrícula ha de servir para mostrar las proporciones del logotipo para lo cual se ha de tomar como referencia un cuadrante x para determinar las proporciones del logotipo, las mismas que serán de $27x$ de ancho por $14x$ de alto. De esta manera se debe mantener sin cambio las proporciones originales del logotipo en cualquier trabajo de carácter manual.



9

Área de protección

En su utilización el logotipo deberá tener un espacio libre equivalente al 10% de la medida del ancho a cada lado y así mismo un 10% de el alto total del logo arriba y abajo, eso deja una área libre en la cual, el logo puede actuar libremente.



10

Tamaño

Para su correcta lectura e interpretación legible, es necesario se utilice el logotipo con una medida mínima de ancho de 20 mm. Las medidas a partir de allí serán utilizadas solamente en proporción a los elementos gráficos en los cuales han de ser combinados.



11

Usos indebidos X



Cambios en los colores



Distorsión en su proporción



Cambios en tipografía



Cambio de fondo indebido

El logotipo no puede ser utilizado en fondos de colores que pierdan la percepción del logo.

12

Tipografía

La tipografía utilizada es la siguiente:



Creada a partir de vectores
Helvetica Neue 55 Roman

13

Aplicaciones

La imagen turística contiene una estructura de 3 componentes, mismos que los puede utilizar de la siguiente manera:

Tucán: La marca puede ser utilizada de manera independiente en base a las necesidades, también se la puede manejar con la tipografía Taisha, siendo recomendado utilizarlo de manera conjunta.

Taisha: La tipografía se utiliza siempre y cuando este acompañada de la marca.

Ecológico e intercultural: En el caso del eslogan turístico, no puede ser utilizado de manera independiente o ser excluido en aplicaciones que impliquen la imagen turística, que sea reducida a su máxima expresión según el presente manual.



5

Aplicaciones

Tarjetas de Presentación

Las tarjetas de presentación tendrán como propósito inicial el de socializar la marca por lo tanto, han de ser impresas en el anverso con el logo en grande y por el reverso con la información propia de una tarjeta personal.

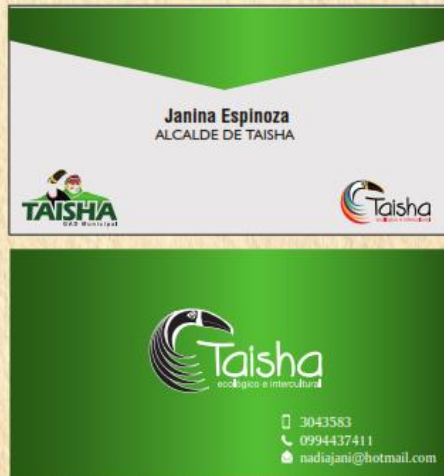


14

Sobre

Papelería

El sobre tiene el logo en la parte frontal y como marca de agua en la parte posterior, la información en la parte inferior.



15

Hojas membretadas

1. Encabezado "Gobierno Municipal del Cantón Taisha"
2. Identificador departamental
3. Logotipo de Taisha , opacidad 10% centrada.
4. Direcciones y teléfonos de referencia de la institución,

La Hoja membretada tiene los siguientes componentes:

Alcaldía

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Alcaldía



Taisha
sacando a la comunidad

www.municipal.taisha.guayas.gov.ec
Teléfono: 071280800
Código Postal: 071200000
Email: municipal.taisha@guayas.gov.ec
Dir.: Calle Roca y Naranza
Manuel Sarango - Ecuador



Secretaría Técnica de Gestión de Turismo

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Secretaría Técnica de Gestión de Turismo



Taisha
sacando a la comunidad

www.municipal.taisha.guayas.gov.ec
Teléfono: 071280800
Código Postal: 071200000
Email: municipal.taisha@guayas.gov.ec
Dir.: Calle Roca y Naranza
Manuel Sarango - Ecuador



16

Secretaría Técnica de Gestión de Planificación Urbana y Ordenamiento Territorial

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Secretaría Técnica de Gestión de Planificación Urbana y Ordenamiento Territorial



Taisha
sacando a la comunidad

www.municipal.taisha.guayas.gov.ec
Teléfono: 071280800
Código Postal: 071200000
Email: municipal.taisha@guayas.gov.ec
Dir.: Calle Roca y Naranza
Manuel Sarango - Ecuador



Secretaría Técnica de Gestión de Desarrollo Sustentable

GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN TAISHA
Secretaría Técnica de Gestión de Desarrollo Sustentable



Taisha
sacando a la comunidad

www.municipal.taisha.guayas.gov.ec
Teléfono: 071280800
Código Postal: 071200000
Email: municipal.taisha@guayas.gov.ec
Dir.: Calle Roca y Naranza
Manuel Sarango - Ecuador



Carpeta



17

Aplicaciones



Camiseta

Negro



Bianco



18



Señalética

Se colocará frente a cada oficina la respectiva señalización. La medida esta en dependencia de los espacios en los cuales debe ser ubicados, recomendando hacerlos de mayor dimensión cuando esté ubicado hacia el exterior y cuando su distancia de lectura exceda los 2 metros.



Anexo 4. Fotografías de la investigación



Avionetas para el ingreso al Cantón Taisha



Terminal Aéreo. Ciudad de Taisha



Alcalde y Vicealcalde visitando a la Parroquia Pumpuenta



Ing. Adriana Calvache, Coordinadora de Desarrollo Turístico



Comunidad de Yuwints



Visita a las comunidades