



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY'
EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE
IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y
GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Proyecto de investigación previo a la obtención de título de Tecnólogo en
Administración Turística y Hotelera

Autora: Diana Carolina Valenzuela Tipantocta

Tutora: Lic. María Augusta Moreno R.

Quito, Mayo 2016

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Diana Carolina Valenzuela Tipantocta

CC 172459657-0

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Diana Carolina Valenzuela Tipantocla alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Diana Carolina Valenzuela Tipantocla

CC 172459657-0

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Diana Carolina Valenzuela Tipantocta**.

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el "CESIONARIO", Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnóloga en Administración Turística Hotelera, la estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR**", el cual incluye el diseño de un plan de desarrollo turístico que fortalecerá las actividades de turismo, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno.

SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el diseño de la ruta, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción del recetario por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del recetario; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del recetario; e) La protección y registro en el IEPI del recetario, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del Diseño de la Ruta turística gastronómica ; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACION DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SEPTIMA: ACEPTACION.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 10 días del mes de abril del dos mil dieciséis.

f) _____

C.C. No. 172459657-0

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va hacia Dios por ser mi ayuda y guía y a lo largo de mi carrera, por haber sido mi fortaleza en los momentos de debilidad.

Les doy las gracias a mis queridos padres Lucia y Patricio por su apoyo incondicional en todo momento, y sobre todo su enorme sacrificio al darme la oportunidad de poder estudiar, por todo eso y más les agradezco que estén a mi lado, ya que sin su apoyo no hubiese podido llegar hasta donde he llegado

A mi hermano David por su apoyo y cariño y a mis padrinos Carmen y Fernando por sus palabras de aliento, por estar siempre presentes en mi vida y haberme acompañado durante mi trayecto estudiantil.

A mi tutora Lic. María Augusta Moreno por su guía, ayuda y apoyo brindado en el proceso de realización del proyecto.

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante
de mi vida profesional.

A mis padres que han estado en todo momento junto a mí. Gracias por su
apoyo, a pesar de los momentos difíciles que habido a lo largo de mi
carrera siempre han estado apoyándome y brindándome su amor.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DECLARATORIA DE APROBACIÓN DE TUTOR Y LECTOR.....	i
DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD	
INTELECTUAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLA.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xix
ABSTRAC.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	xxi
CAPÍTULO I.....	1
1.00 Antecedentes.....	1
1.01 Contexto.....	3
1.02 Justificación.....	6
1.03 Definición del problema central.....	7
CAPÍTULO II.....	10
2.00 Análisis de involucrados.....	10
2.01 Mapeo de involucrados.....	10

2.02 Matriz de análisis de involucrados.....	12
CAPÍTULO III.....	16
3.00 Problemas y objetivos.....	16
3.01 Árbol de problemas.....	16
3.02 Árbol de objetivos.....	18
CAPÍTULO IV.....	20
4.00 Análisis de alternativas.....	20
4.01 Matriz de alternativas.....	20
4.02 Análisis de impactos de objetivos.....	23
4.03 Diagrama de estrategias.....	25
4.04 Matriz de Marco lógico.....	27
CAPÍTULO V.....	29
5.00 Propuesta.....	29
5.01 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución).....	29
5.01.01 Análisis FODA.....	32
5.01.02 Instrumentos de la investigación.....	34
5.01.03 Investigación de mercado.....	36
5.01.04 Población y muestra.....	37
5.01.05 Análisis de la información.....	40
5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución).....	52

5.03	Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	53
5.03.01	Logo.....	53
5.03.02	Levantamiento de información.....	54
5.03.03	Planta turística.....	61
5.03.04	Aplicación de la propuesta.....	68
5.03.05	Ruta.....	71
5.03.06	Itinerario.....	71
CAPÍTULO VI.....		80
6.00	Aspectos administrativos.....	80
6.01	Recursos.....	80
6.02	Presupuesto.....	81
6.03	Cronogramas.....	83
CAPÍTULO VII.....		86
7.00	Conclusiones y recomendaciones.....	86
7.01	Conclusiones.....	86
7.02	Recomendaciones.....	87
Anexos.....		88
Anexo 1.....		89
Anexo 2.....		91
Anexo 3.....		92
Anexo 4.....		94

Anexo 5.....	95
Anexo 6.....	96
Anexo 7.....	97
Referencias bibliográficas.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1 Escalas.....	7
Tabla N° 2 Análisis de fuerzas T.....	8
Tabla N° 3 Análisis de involucrados.....	12
Tabla N° 4 Matriz de análisis de involucrados.....	13
Tabla N° 5 Categorías.....	20
Tabla N° 6 Matriz de análisis de alternativas.....	21
Tabla N° 7 Análisis de impacto de objetivos.....	23
Tabla N° 8 Matriz de Marco lógico.....	27
Tabla N° 9 FODA.....	32
Tabla N° 10 Tabla estadística de población a nivel de cantones.....	37
Tabla N° 11 Edades.....	40
Tabla N° 12 Género.....	41
Tabla N° 13 Pregunta 1.....	42
Tabla N° 14 Pregunta 2.....	43
Tabla N° 15 Pregunta 3.....	44
Tabla N° 16 Pregunta 4.....	45

Tabla N° 17Pregunta 5.....	46
Tabla N° 18Pregunta 6.....	47
Tabla N° 19Pregunta 7.....	48
Tabla N° 20Pregunta 8.....	49
Tabla N° 21Pregunta 9.....	50
Tabla N° 22Pregunta 10.....	51
Tabla N° 23Lago San Pablo.....	54
Tabla N° 24Cascada de Peguche.....	55
Tabla N° 25Parque Cóndor.....	56
Tabla N° 26Museo Arqueológico Atahualpa.....	57
Tabla N° 27Iglesia de Señor del Amor.....	58
Tabla N° 28Iglesia de San Antonio.....	59
Tabla N° 29Volcán Imbabura.....	60
Tabla N° 30Planta turística.....	61
Tabla N° 31Detalle de actividades.....	73
Tabla N° 32Especificaciones del tour.....	75
Tabla N° 33Objetos recomendados para el recorrido.....	75
Tabla N° 34Costos.....	76

Tabla N° 35 Costos.....	78
Tabla N° 36 Recursos.....	80
Tabla N° 37 Presupuestos.....	81
Tabla N° 38 Cronograma.....	83

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura N° 1 Mapeo de Involucrados.....	10
Figura N° 2 Árbol de problemas.....	16
Figura N° 3 Árbol de objetivos.....	18
Figura N° 4 Diagrama de estrategias.....	25
Figura N° 5 Gráfica edades.....	40
Figura N° 6 Gráfica genero.....	41
Figura N° 7 Gráfica pregunta 1.....	42
Figura N° 8 Gráfica pregunta 2.....	43
Figura N° 9 Gráfica pregunta 3.....	44
Figura N° 10 Gráfica pregunta 4.....	45
Figura N° 11 Gráfica pregunta 5.....	46
Figura N° 12 Gráfica pregunta 6.....	47
Figura N° 13 Gráfica pregunta 7.....	48
Figura N° 14 Gráfica pregunta 8.....	49
Figura N° 15 Gráfica pregunta 9.....	50
Figura N° 16 Gráfica pregunta 10.....	51

Figura N° 17Lago San Pablo.....	54
Figura N° 18Cascada de Peguche.....	55
Figura N° 19Parque Cóndor.....	56
Figura N° 20Museo Arqueológico de Atahualpa.....	57
Figura N° 21Iglesia del Señor de Amor.....	58
Figura N° 22Iglesia de San Antonio de Ibarra.....	59
Figura N° 23Volcán Imbabura.....	60

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo en el Ecuador es una de las actividades económicas más importantes en los últimos años, siendo de gran valor e interés para su desarrollo, por lo que se ve la necesidad de diseñar una ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura. En este sector encontramos sitios turísticos importantes tales como: El Lago San Pablo, La Cascada de Peguche, la Plaza de los Ponchos, Iglesia de San Antonio de Ibarra, el Museo Arqueológico de Atahualpa, La Iglesia del Señor del Amor, El Parque Cóndor, entre otros. Así también pudiendo mencionar sus costumbres y tradiciones.

Además se puede degustar de los deliciosos sabores tradicionales encontrados en las preparaciones propias del lugar, como lo es el Cuy asado que se prepara en la parroquia de Chaltura, por lo que se puede sugerir una ruta turística gastronómica. Este lugar combina de una buena manera los dos factores antes mencionados. Por esto se propone dar a conocer los atractivos turísticos que posee el sector, utilizando estrategias de desarrollo turístico, proporcionando la información de manera clara y lograr así despertar el interés de los posibles visitantes, a su vez lograr que los turistas regresen al sector.

El proyecto tiene como finalidad incrementar la afluencia de turistas, promocionar sus atractivos y gastronomía, además, de ayudar en la economía de sus pobladores incentivando al desarrollo turístico y económico del lugar.

Para el diseño de una ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura, se realizará un estudio para conocer la situación actual de los lugares atractivos de la zona.

ABSTRACT

Tourism in Ecuador is one of the most important economic activities in recent years, being of great value and interest to their development, so is the need to design a gastronomic tourist route around the Imbabura Volcano. In this sector we find important tourist sites such as San Pablo Lake, Peguche waterfall, Plaza de los Ponchos, San Antonio de Ibarra Church, the Atahualpa Archaeological Museum, The Señor del Amor Church, the Condor Park, in others. In addition you can taste the delicious traditional flavors found in preparations own place, such as roast guinea pig which is prepared in Chaltura parish, so you can suggest a gastronomic tourist route. This place combines the good ways before mentioned. Therefore it is proposed to publicize the tourist attractions that which are the sector, using tourism development strategies, providing information clearly and achieve the interest of potential visitors turn to get tourists back to the sector. The project aims to increase the influx of tourists, promote its attractions and gastronomy also help the economy of its inhabitants encouraging the tourism and economic development of the place. For the design of a gastronomic tourist route around the Imbabura volcano, a study was conducted to know the current situation of the attractive places in the area.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto nace con el propósito de impulsar la actividad turística en los alrededores del Volcán Imbabura, con el diseño de una ruta turística gastronómica.

En la actualidad las personas tienen la necesidad de conocer nuevas costumbres, tradiciones o culturas, o simplemente tomarse un descanso de las actividades diarias. Países como Ecuador ofrecen alternativas turísticas ya que cuenta con maravillosos paisajes, lugares e infraestructura; ayudando a mejorar la economía del país, generando oportunidades de trabajo, y logrando un desarrollo turístico en pequeñas localidades.

Imbabura ofrece un turismo para todos los gustos, ya que este lugar tiene características especiales que le permiten ser un potencial turístico. Atrayendo viajeros de todas partes.

El problema detectado en la zona es la carencia de promoción e información a los turistas, razón por la cual la ruta a diseñar busca dar a conocer los lugares turísticos, gastronomía y costumbres no explotados en el lugar.

Con el proyecto se quiere conseguir que los alrededores del Volcán Imbabura sea tomada en cuenta como un destino turístico ya que tienen mucho que ofrecer.

CAPÍTULO I

1.00 Antecedentes

Tema: Diseño una ruta turística gastronómica del ‘Cuy’ en los alrededores del volcán Imbabura, en la provincia de Imbabura con la finalidad de dar a conocer costumbres y gastronomía del sector.

Tema: Turismo Actividad Mundial

Autor: Oscar de la Torre Padilla

Institución: Biblioteca de la Universidad Central

Año: 2012

Conclusión: Aportara en el proyecto con información referente a lo que es publicidad, y como será útiles los distintos medios para la promoción del proyecto.

Tema: Creación de una operadora turística como estrategia de difusión de los atractivos turísticos en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura.

Autor: Alexandra Daniela Navarro Chicaiza

Institución: Repositorio de la Universidad Central del Ecuador

Año: 2013

Conclusión: Este tesis ayudara con la recolección de datos para el levantamiento de información turística.

Tema: Teoría y desarrollo del Turismo en el Ecuador

Autor: Aníbal Gonzalo Fuentes

Institución: Biblioteca de la Universidad Central

Año: 2013

Conclusión: Ayudara con definiciones que ayudaran a complementar el proyecto, y a su vez poder alimentar mis conocimientos.

Tema: Montañas del Ecuador

Autor: Marco Cruz

Institución: Biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Año: 2010

Conclusión: Ayudara en el proyecto con información acerca del Volcán Imbabura que ayudara para las fichas de levantamiento de información.

Tema: Ecuador en la mitad del mundo

Autor: Gustavo Vásquez Méndez

Institución:

Año: 2009

Conclusión: Ayudara con la descripción de los lugares que están en la ruta, al igual que ayudara con el diseño de la misma.

1.01 Contexto

La provincia de Imbabura es un destino turístico permanente. Esta provincia conserva una diversidad importante de paisajes y de culturas; paisajes andinos dominados por el "Taita Imbabura" y la "Mama Cotacachi", una veintena de lagos en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas que aún conservan sus ritos y tradiciones. La provincia de Imbabura fue creada el 25 de Junio de 1824 donde se incluía los territorios actuales de la provincia del Carchi. En 1880 se concretaron los territorios que posee la provincia en la actualidad. (Ecuale 2010)

La provincia de Imbabura es rica en tradiciones y posee un folklore variado. Sus comunidades indígenas guardan valores artísticos y culturales en forma casi íntegra con la pureza de sus manifestaciones: las fiestas de San Juan, San Pedro y San Pablo, el Yamor en Otavalo, de la Jora en Cotacachi, de La Cruz en Caranqui, de Las Lajas en San Antonio de Ibarra, los matrimonios y las mingas. (Imbabura 2013)

La provincia es conocida como 'La Provincia azul del Ecuador' por el gran número de lagos, esta provincia le debe su nombre a la montaña sagrada de los Imbayas, el Imbabura, que según las tradiciones indígenas era un dios protegido.

Étnicamente Imbabura tiene dos nacionalidades asentadas en su territorio los kichwas (Otavalos y Cayambis) y los Awa que también se encuentran en parte de Esmeralda y Carchi. La identidad de los pueblos se expresa en sus

costumbres y tradiciones: su folclore, vestimenta, gastronomía, artesanías y fiestas. La economía de la provincia gira entorno a la pequeña industria, tallado en madera, artículos de cuero, agricultura, ganadería y el turismo por su variedad de atractivos. (Vázquez 2009 pág. 120).

En el presente proyecto se realizara una ruta turística gastronómica resaltando y promocionando sus atractivos y gastronomía propia en los alrededores del Volcán Imbabura.

Una ruta es un itinerario de lugares a visitar; es la suma de recursos tangibles e intangibles que incluyen atractivos de un destino (infraestructuras, servicios turísticos, alojamientos, restauración, actividades recreativas, visitas, compras, eventos entre otros). En definitiva, una ruta turística es la suma de valores simbólicos del territorio vinculados con la cultura, la tradición y el patrimonio. (Mera Carlos 2014)

“Las Rutas Turísticas Gastronómicas es un itinerario que enlaza destinos, productos y atracciones. Los viajes pueden realizarse por diversos medios de transporte e incluso a pie, en grupo o de manera individual”. (Montecinos 2012 pág. 101).

Tomado del Centro Empresarial Hotelero 2015

Actualmente existe un mayor interés en el emergente y creciente turismo gastronómico y sus múltiples modalidades, sin embargo la realidad es que en su mayoría este tipo de productos no han sido planificados lo que les ha generado un crecimiento desordenado con impactos negativos. Una de

las formas de poder conocer, probar y experimentarlo es por medio de tours, itinerarios, circuitos o las ya populares rutas gastronómicas.

(Montecinos A. 2016)

La Provincia de Imbabura posee una variada gastronomía, ya que en cada cantón de la provincia podremos ir resaltando algo: Carnes Coloradas de Cotacachi, el Yamor de Otavalo, Arrope de Mora de Ibarra, Fritadas de Atuntaqui. A demás de estos platos la provincia es conocida por sus deliciosos Cuyes de Chaltura, el mismo que la ruta desea promocionar.

El Ministerio de Turismo ha dado un apoyo para la realización de rutas turísticas en el país mencionando tales como:

El Ministerio de Turismo definió la Priorización de Intervención en destinos turísticos a través de la identificación de clústers (agrupación según especificidades) y circuitos en las Rutas Emblemáticas a nivel nacional. Esta ha ayudado con el impulso y desarrollo de Rutas turísticas como: la “Yaky Ñamby” (Ruta del Agua) y El Programa Turístico Binacional “Ruta del Libertador” con la República Bolivariana de Venezuela. Se realizó el diagnóstico de situación actual de los principales circuitos turísticos en la Ruta del Spondylus”, la “Avenida de los Volcanes”. Y participó con la promoción y gestión en la “Ruta del Tren”. (MINTUR 2013)

1.02 Justificación

El desarrollo turístico se ha podido lograr gracias al aporte de estrategias de desarrollo que fortalecen el turismo de una localidad y para el beneficio de sus pobladores y autoridades.

Por lo que se ve en la necesidad de diseñar rutas nuevas como alternativas en donde el turista pueda realizar visitas a lugares turísticos y degustar de su gastronomía

Con la creación de rutas se podrá ayudar a mejorar la calidad de vida de los pobladores, los cuales podrán participar de esta actividad, así como también mejorar los servicios que se ofrecen a los turistas, buscando satisfacer de una mejor manera sus necesidades y buscando cubrir sus expectativas.

El diseño de la ruta busca que las personas se puedan sentir a gusto, que deseen regresar con precios cómodos y que puedan estar al alcance de las personas.

La zona escogida para la realización de esta ruta son los alrededores del Volcán Imbabura en la provincia de Imbabura donde se puede encontrar una gran variedad de sitios para visitar y una deliciosa gastronomía para degustar.

La ruta que se propone realizar en los alrededores del Volcán Imbabura se la puede realizar en cualquier época del año, lo que hace que sea un lugar de distracción donde el turista pueda tener una experiencia inolvidable.

En definitiva la propuesta para la realización de una ruta turística gastronómica se ve enfocada en el desarrollo turístico, promoción de la gastronomía local y en el cuidado y preservación de atractivos.

1.03 Definición del problema central (Matriz T)

1.03.01 Definición del problema: La definición del problema busca solucionar es el paso y la decisión más importante del proceso de diseño de un proyecto. Los proyectos son, esencialmente, grandes respuestas a grandes problemas. En la promoción del desarrollo es mejor formular una solución aproximada al problema correcto que plantear una solución precisa al problema equivocado. (Cempro 2011)

1.03.02 Matriz T: es una técnica para diagnosticar situaciones que fue desarrollada por Kurt Lawin, proporciona un marco para observar las fuerzas que afectan a una situación problemática. Las fuerzas impulsadoras o positivas son las que atraen cambios a la situación actual y las fuerzas represivas o negativas evitan el cambio a la situación actual. (Valles 2015)

Tabla N° 1
Escala

1	Bajo
2	Medio bajo
3	Medio
4	Medio alto
5	Alto

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis:

En la tabla de Escala se darán valores de 1 a 5. Dando a 1 Bajo, 2 Medio bajo. 3 Medio, 4 medio alto y 5 alto, los cuales se utilizaran en la matriz de fuerzas T. Los que serán utilizados para dar valor a las fuerzas impulsadoras y fuerzas bloqueadoras.

Tabla N° 2
Matriz de Fuerzas T

SITUACIÓN EMPEORADORA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADORA
Escasa iniciativa de la población Escaso material de promoción	Escasas rutas turísticas en los alrededores del Volcán Imbabura que den a conocer atractivos turísticos y gastronómicos.				Diseño y promoción de una ruta turística
FUERZAS IMPULSORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Diseño de una ruta turística gastronómica	5	4	5	3	Escasas rutas turísticas en el sector
Elaboración de un video	4	3	4	3	Inexistencia de material publicitario
Promoción de la ruta	4	3	4	3	Escasa promoción
Apoyo de las autoridades	4	3	4	3	Desinterés de las autoridades
Elaboración de brochures informativos	3	2	3	2	Escaso material informativo

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis:

En la Matriz de Fuerzas T se planteó el problema central, la situación de mejora y la situación que pueden empeorarlo; a su vez también se encuentra cuáles serían sus fuerzas impulsoras y cuáles serían sus fuerzas bloqueadoras.

Se da un mayor puntaje a las fuerza impulsadoras, con lo que se evidencia que el proyecto a desarrollar tiene factibilidad.

Se da una mayor calificación al diseño de una ruta, porque con la ayuda de esta existirá más oferta turística de la provincia, y desarrollo turístico de la zona., beneficiando a sus pobladores y autoridades.

La promoción de la ruta, la elaboración de un video y la realización de brochures informativos, también tienen una calificación alta, debido a que se consideran aspectos importantes para dar a conocer las características de la ruta, y a su vez poder evidenciar los atractivos y gastronomía del sector, con el fin de despertar un interés y haciendo que las personas visiten, buscando el beneficio económico de los pobladores, con un mayor ingreso de turistas.

En cuanto al apoyo de las autoridades se da una calificación alta debido a que es importante el apoyo y la autorización de ellos, para una mejor organización y desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO II

2.00 Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrados

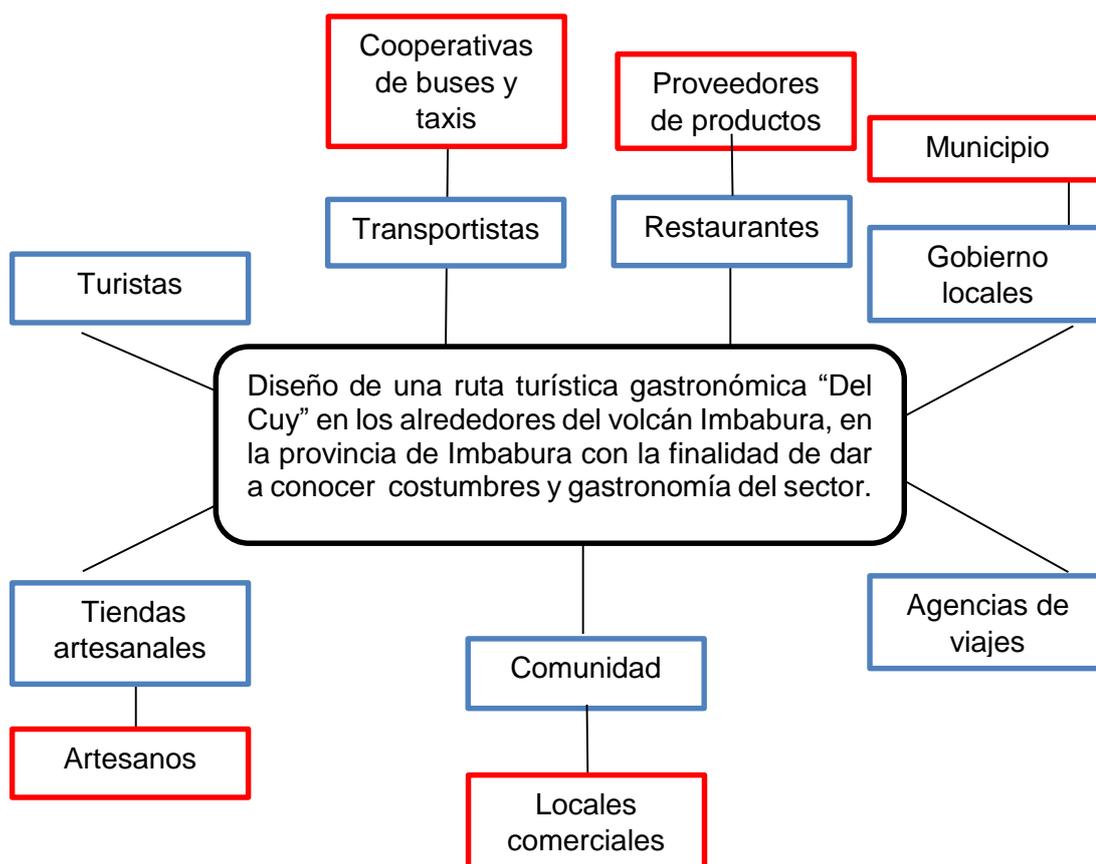


Figura N° 1

Título: Mapeo de involucrados

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis:

El Mapeo de involucrados es clave, porque, se determina con exactitud cuáles serán las personas o grupos beneficiados con el desarrollo de este proyecto.

Los turistas serán beneficiarios, ya que si existe mayor oferta turística, tendrán más opciones para visitar y conocer el lugar.

Los restaurantes y proveedores de productos se beneficiarán con la llegada de turistas al lugar, y querrán degustar de algo propio del sector,

Con un buen servicio brindado a los turistas desearán regresar y tendrán la necesidad de movilizarse, y ahí es donde los transportistas se verán beneficiados

Los Gobiernos locales y Municipios se beneficiarán económicamente debido a que con el ingreso de turistas, podrán incrementar los recursos en sus negocios.

Con una mayor afluencia turística las tiendas artesanales y artesanos se beneficiarán con la venta de sus artesanías

La comunidad y los locales comerciales podrán verse beneficiados en su economía con un mayor

Las agencias de viajes se beneficiarán al tener más oferta turística de la provincia, la que podrán ofertar a los turistas.

2.02 Matriz de análisis de involucrados

Tabla N° 3
Análisis de involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	Porcentaje
Comunidad	X		19%
Tiendas artesanales	X		11%
Restaurantes	X		10%
Transportistas	X		8%
Gobiernos locales	X		7%
Agencia de viajes	X		6%
Turistas	X		7%
Proveedores de productos		X	6%
Locales comerciales		X	7%
Artesanos		X	7%
Coop. de Buses		X	6%
Municipios		X	6%
TOTAL			100%

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis:

La tabla de Análisis se enlistan los involucrados indicando cuales son los directos e indirectos donde se les otorga un porcentaje, siendo la comunidad el involucrado con mayor puntuación del 19 %, debido a que serán los mayores beneficiarios con la realización del proyecto. A las tiendas artesanales se les otorga un 11%, a restaurantes se les otorgo un 10%, debido a que con una mayor número de turistas en la zona, estos grupos tendrán más demanda en sus productos. Los transportistas reciben un porcentaje del 8%, gobiernos locales y y turistas un 7% y agencias de viajes un 6%.

Tabla N° 4
Matriz de análisis de involucrados

Actores involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Intereses sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Comunidad	Ingreso de turistas e incremento de su economía	Falta de información a la comunidad	Riquezas naturales y culturales	Incremento de fuentes de trabajo	Poco presupuesto
Tiendas artesanales	Venta de objetos elaborados por la comunidad	Escasa adquisición de artesanías	Artesanos Artesanías	Mayor ingreso de turistas al sector	Escasa producción
Restaurantes	Ingreso de turistas para degustación de gastronomía	Escasa infraestructura a nivel de restaurantes y falta de promoción	Gastronomía local	Incremento de turistas	Escasa inversión a nivel de restaurantes en el sector.
Transporte	Mayor número de turistas que deseen viajar al sector	Escasa promoción turística a nivel del transporte	Respeto a las leyes de tránsito	Incremento de su economía	Unidades en mal estado
Gobiernos locales	Fomentar el turismo con los recursos existentes en la zona	Baja interés en la promoción turística del sector	Recursos naturales y culturales	Captar mayor número de turistas	Deficiente utilización de los recursos del sector
Agencia de viajes	Turistas interesados por acudir al lugar	Poco conocimiento sobre riqueza turística del sector	Disponibilidad de recursos	Fortalecer la oferta turística y conservación de recursos del sector	Limitada promoción del sector

Turistas	Necesidad de visitar nuevos lugares	Escasa información	Intercambio de cultura, cuidado y preservación del ambiente	Adecuada oferta turística	Alteración del ecosistema
Proveedores de productos a restaurantes	Ingreso de turistas	Poco presupuesto	Productos de calidad	Mayor fuentes de empleo e ingreso	Migración de los pobladores, escasa mano de obra
Locales comerciales	Incremento de ventas	Ganancias reducidas debido a la poca afluencia de turistas	Oferta de productos de buena calidad	Mayor número de visitantes	Deficiente atención al turista
Artesanos	Ingreso de turista para la adquisición de sus artesanías y ayudar a su economía	Insuficiente producción	Artesanías	Incrementar su producción para el alcance de los turistas	Escasa promoción de las artesanías
Coop. De Buses	Ingreso de turistas a la provincia	Escasa información brindada a los turistas acerca de los atractivos del sector	Servicio seguro y de calidad, acogiéndose a las leyes de tránsito	Mayores ingresos	Unidades vacías
Municipios	Promover y cuidar el turismo del sector	Falta de organización	Recursos naturales, artesanales y gastronómicos	Incrementar la economía del sector	Falta de proyectos e interés de las autoridades

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis:

En la Matriz de análisis de involucrados se enlistan a los beneficiarios que ya fueron indicados en la tabla anterior, y se analiza cuales es el interés de cada uno de ellos en la realización del proyecto donde se puede evidenciar que sería de gran ayuda la realización del mismo.

El interés de la comunidad en la realización del proyecto será que si existe un mayor número de turistas podrían incrementar sus ingresos económicos, ya que cuentan con recursos naturales y culturales para ser explotados.

El interés sobre el proyecto de tiendas artesanales, restaurantes y locales comerciales es incrementarse ventas de productos, artesanías y gastronomía.

Con el ingreso de turistas los artesanos y proveedores de productos tendrán un comercio más amplio incrementaran su producción, al igual que las cooperativas de buses y los transportista su interés en el proyecto es que los turistas deseen regresar al lugar, pero un problema percibido seria la falta de información que ellos puedan emitir sobre lugares a visitar.

Los turistas tienen la necesidad de visitar nuevos lugares, conocer nuevas culturas y costumbres, pero hay poca información de estos sitios a visitar.

Los Municipios y Gobiernos locales buscan fomentar el turismo y el cuidado del mismo en el lugar, su interés es el incrementar el turismo y por ende la economía del sector.

CAPÍTULO III

3.00 Problemas y objetivos

3.01 Árbol de problemas

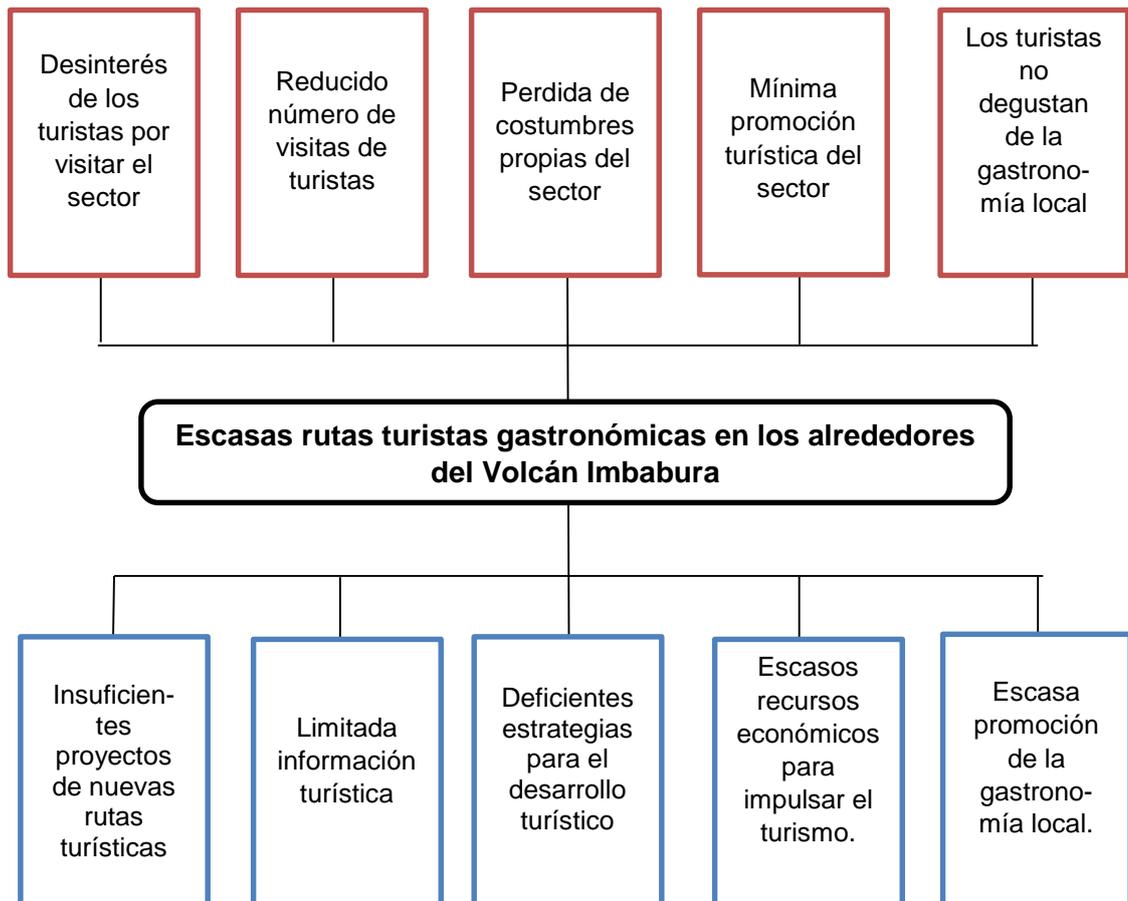


Figura N° 2

Árbol de problemas

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis:

En el centro se encuentra el problema que se encontró para la realización del proyecto que son las escasas rutas turísticas gastronómicas en el sector.

En el árbol de problemas se indican varias causas y efectos:

- Insuficientes proyectos de nuevas rutas turísticas en el sector, lo que origina el desinterés en el turismo por visitar la zona por la falta de oferta existente del lugar.
- La limitada información brindada a turistas ocasiona que exista un reducido número de turistas que visiten la zona.
- Deficientes estrategias para el desarrollo turístico ocasionando que exista una pérdida de las costumbres propias del sector por lo que se podrían ir través de los años, ya que existiría un desinterés de los turistas por conocerlas.
- Escasos recursos económicos para impulsar el turismo, provocando una mínima promoción turística de la zona ocasionando que los visitantes no tengan una buena información de los sitios que podrían en la zona.
- La escasa promoción de la gastronomía local, origina que los visitantes no puedan degustar de la gastronomía del lugar por lo que se podrían perder sabores típicos.

En este cuadro se puede entender de una mejor manera los problemas percibidos, en la realización del proyecto.

3.02 Árbol de objetivos

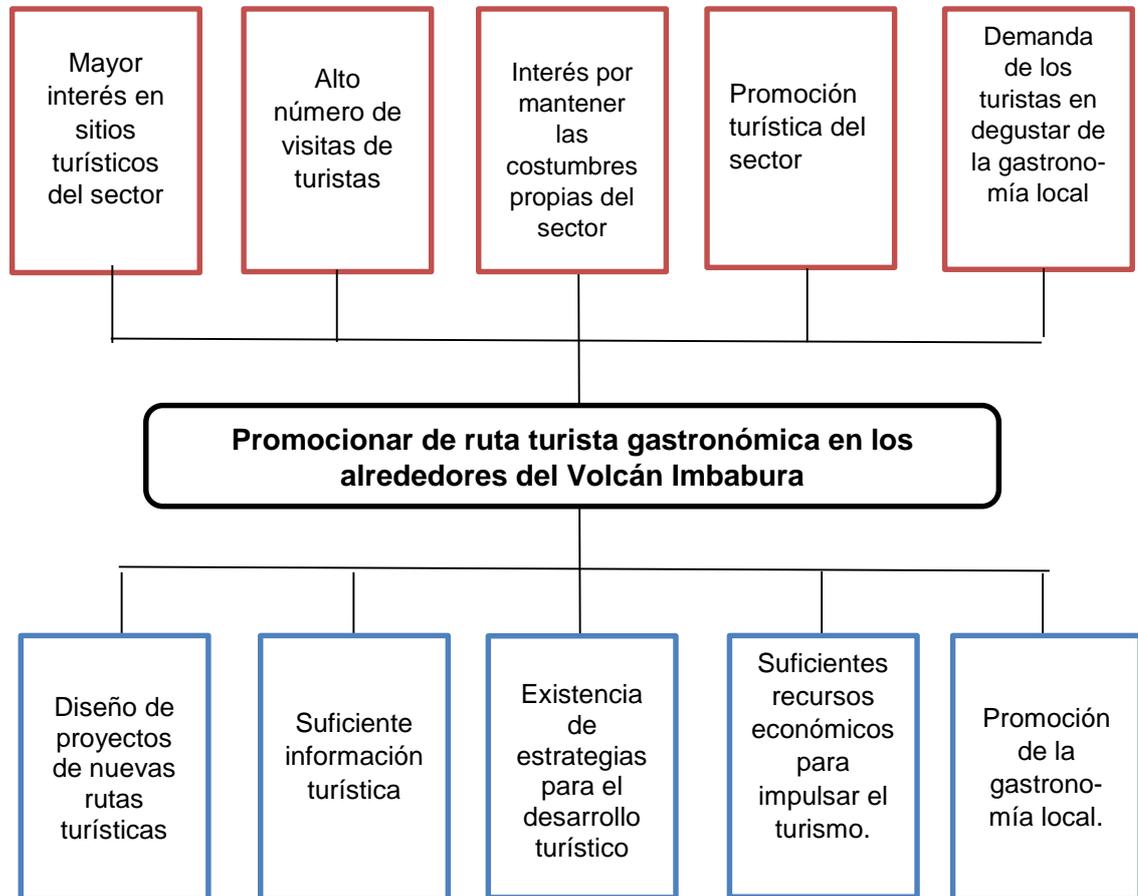


Figura N° 3
Árbol de objetivos
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis:

En el centro del Árbol de objetivos se encuentra el objetivo que se espera alcanzar con la realización del proyecto que es la promoción de la ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura.

Este árbol se construye de las causas y efectos ya indicadas en el esquema del árbol del problema, Siendo los objetivos:

- Diseño de proyectos de nuevas rutas turísticas lo que ayudara a que exista un mayor interés en sitios turísticos del sector, por parte de los turistas.
- Suficiente información turística, lo que originaría un alto número de visitas de turistas, lo que ayudaría al desarrollo del turismo del sector y mejorando la economía de sus pobladores.
- Existencia de estrategias para el desarrollo turístico ayudaría para que exista un mayor interés por mantener las costumbres propias del sector.
- Suficientes recursos económicos para impulsar el turismo lo que ayudaría con la promoción turística del sector impulsando el turismo.
- Promoción de la gastronomía local originaria que exista una mayor demanda de los turistas en degustar de la gastronomía local, ayudando así a que los sabores tradicionales del sector no se pierdan.

CAPÍTULO IV

4.00 Análisis de alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas

Tabla N° 5
Categorías

1 - 5	Baja
6 - 11	Media baja
12 - 17	Media alta
18 - ?	Alta

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

Esta tabla se la utilizará para dar valores en categoría a los objetivos en la Matriz de alternativas, según el impacto y factibilidades que cada uno de ellos tenga. Para la categorización de los objetivos se tomará en cuenta; si el objetivo alcanza una puntuación de 1 al 5 será Baja, si alcanza una puntuación de 6 a 11 será Media baja, si alcanza una puntuación de 12 a 17 será Media alta y si alcanza una puntuación de 18 o mayor será Alta.

Tabla N° 6
Matriz de análisis de alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categorías
Diseño de proyectos de nuevas rutas turísticas	4	3	3	3	2	15	Media Alta
Suficiente información turística	4	3	2	3	2	14	Media alta
Existencia de estrategias para el desarrollo turístico	5	2	2	2	2	13	Media alta
Suficientes recursos económicos para impulsar el turismo	4	2	2	2	1	11	Media baja
Promoción de la gastronomía	4	3	3	3	2	15	Media alta
Total	21	13	12	13	9	68	

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

En esta tabla se enlistan objetivos del proyecto, a los cuales se les otorga calificaciones con referencia a la anterior tabla de escala del 1 al 5.

A cada objetivo se lo analizará y otorgará una calificación según su impacto sobre el proyecto, la factibilidad técnica, financiera, social y política.

Es así que el primer objetivo que es el diseño de proyectos de nuevas rutas turísticas tuvo una calificación de 15 que pertenece a la categoría Media alta; el segundo objetivo que trata sobre suficiente información turística tuvo una calificación de 14 que pertenece a la categoría Media alta; el tercer objetivo trata de la existencia de estrategias para el desarrollo turístico tuvo una calificación de 13 que pertenece a la categoría Media alta; el cuarto objetivo se refiere a suficientes recursos económicos para impulsar el turismo tuvo una calificación de 11 que pertenece a la categoría de Media baja; el quinto objetivo se refiere a la promoción de la gastronomía tuvo una calificación de 15 que pertenece a la categoría Media alta.

Dando como resultado que el proyecto se encuentra en una categoría de media – baja y media - alta.

El proyecto tuvo como resultado una puntuación de 67 demostrando así que el presente proyecto es factible.



4.02 Análisis de impacto de objetivos

Tabla N° 7

Análisis de impacto de objetivos

Objetivos	Factibilidad de lograrse Alta- Media-Baja (4 - 2 - 1)	Impacto en género Alta- Media-Baja (4 - 2 - 1)	Impacto ambiental Alta- Media-Baja (4 - 2 - 1)	Relevancia Alta- Media-Baja (4 - 2 - 1)	Sostenibilidad Alta- Media-Baja (4 - 2 - 1)	Total
	<p>Cuenta con factibilidad técnica, política, social y física</p> <p>Cuenta con financiamiento</p> <p>Apoyo de las autoridades</p>	<p>Incrementa la participación de todos los géneros en las actividades turísticas</p> <p>Incrementa la economía en todos los géneros</p>	<p>Contribuye a la protección del espacio con información brindada a los turistas antes de realizar la ruta</p> <p>Ayuda con un buen manejo de desechos de turistas que realicen la ruta.</p> <p>Respeto y cuidado de fuentes de agua</p>	<p>Incremento de la economía</p> <p>Generar mayor interés de los pobladores</p> <p>Contribuye al desarrollo turístico</p>	<p>Fortaleza la participación de la población local</p> <p>Incremento en la concurrencia turística</p> <p>Mínimo impacto ambiental</p> <p>Generación de ingresos al sector</p>	<p>22 a 32 Baja</p> <p>33 a 44 Media baja</p> <p>45 a 66 Media alta</p> <p>67 a 88 Alta</p>
Total	12	8	12	12	16	60

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

En la tabla de Análisis de impacto se analizan los objetivos del proyecto a realizar ya antes mencionados y se analizara cuál será su factibilidad de lograrse, impacto en género, impacto ambiental, relevancia y sostenibilidad.

En cada ítem se analizó de qué manera el proyecto a realizarse beneficiara a la comunidad sin distinción de género, tanto mujeres como hombres podrán participar en la actividad turística. En cuanto al cuidado ambiental a los turistas que realicen la ruta se les impartirá normas que deben seguir para el cuidado del ambiente, lo que ayudara a que el proyecto no tenga un mayor impacto ambiental. Con respecto a la relevancia y sostenibilidad el proyecto buscara incrementar la economía de la población, y aportar con el desarrollo turístico e incrementar el turismo en el sector.

Dando una calificación de 4 – 2 – 1, se multiplicaran hacia abajo dependiendo de cuantos ítems se hayan señalado en cada punto, y se dará una categoría de 22 – 32 baja, 33 -44 media baja, 45- 66 media alta y de 67 – 88 alta.

Dando un total de 60 puntos lo que nos da como resultado de media alta en el proyecto a realizar.

4.03 Diagrama de estrategias



Figura N° 4
Diagrama de estrategias
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

En el Diagrama de estrategias se plantea la finalidad del proyecto que es el

incremento de turistas en el sector, buscando ayudar a la economía de los pobladores; el propósito que busca alcanzar el proyecto es la promoción de la ruta turística gastronómica y los componentes que serán:

La recopilación de información: tendrá como actividades el levantamiento de fichas de atractivos turísticos para poder saber su estado actual, investigación exploratoria y de observación y la recopilación de información.

El Telemercadeo: tendrá como actividades la elaboración de preguntas para la encuesta, la aplicación de la misma y su tabulación, con el fin de conocer la opinión de las personas con respecto al diseño de la ruta.

Aplicación de la propuesta: tendrá como actividades la elaboración de un video promocional, creación de una página web, elaboración de un banner, elaboración de brochures informativos y la promoción en redes sociales, con el fin de captar la atención de los posibles visitantes.

Los cuáles serán utilizados en el proceso de la realización y promoción del proyecto.

40.4 Matriz de Marco lógico

Tabla N° 8
Matriz de Marco Lógico

	Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos														
FINALIDAD	Incrementar la afluencia turística y así mejorar los ingresos de los pobladores	Lograr interés en visitar los alrededores del Volcán Imbabura y degustando su gastronomía	- Registro de visitas - Encuestas - Sugerencias de los encuestados.	Turistas satisfechos de haber recibido un servicio de calidad														
PROPÓSITO	Diseño de una ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura	Junio 2016 poder aplicar el diseño de la ruta y su promoción	-Incremento turistas en el sector -Publicidad expuesta	Recursos económicos suficientes para publicidad														
COMPONENTES	-Recolección de información -Tele mercadeo -Aplicación de la propuesta	Para el mes de mayo haber cumplido con el 100% de los componentes	Trabajo terminado del proyecto de titulación	Recopilar la información necesaria, para poder desarrollar el proyecto														
ACTIVIDADES	-Elaboración del video -Elaboración de preguntas para la encuesta -Aplicación de encuesta -Tabulación de encuesta - Levantamiento de fichas de atractivos turísticos -investigación -Recopilación de información -Realización de brochures y pancarta	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>Costos</td> </tr> <tr> <td>Brochure</td> <td>95.00</td> </tr> <tr> <td>Página web</td> <td>100.00</td> </tr> <tr> <td>Video</td> <td>25.00</td> </tr> <tr> <td>Banner</td> <td>8.00</td> </tr> <tr> <td>Pedestal</td> <td>5.00</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>233.00</td> </tr> </table>		Costos	Brochure	95.00	Página web	100.00	Video	25.00	Banner	8.00	Pedestal	5.00	Total	233.00	Facturas Proformas	Recursos económicos suficientes para costear las actividades programadas
	Costos																	
Brochure	95.00																	
Página web	100.00																	
Video	25.00																	
Banner	8.00																	
Pedestal	5.00																	
Total	233.00																	

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

En la Matriz de Marco Lógico se detallara los objetivos, indicadores, medios de beneficio y supuestos del proyecto a desarrollar.

La finalidad del proyecto es el incrementar la afluencia turística, para así poder mejorar los recursos de los pobladores, los medios de verificación serán los registros de visitas, y las sugerencias de los encuestados. El propósito del proyecto será el diseño de una ruta turística gastronómica que para el mes de junio ya se la pueda aplicar, con lo que se podrá evidenciar el incremento de turistas en el sector y contar con los recursos económicos necesarios.

Los componentes serán la recolección de información, el telemercadeo y la aplicación de la propuesta. Las cuales para el mes de abril habrá cumplido con el 100% de los componentes, después de haber recopilado la información necesaria.

Las actividades planteadas para el proyecto serán: la elaboración de un video, elaboración de las preguntas su aplicación y la tabulación, el estudio de campo, la investigación. Esperando tener los recurso económicos suficientes para costear las actividades programadas.

CAPÍTULO V

5.00 Propuesta

5.01 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)

Ruta turística

Las rutas turísticas son consideradas como productos turísticos que están basados en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevará a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico. (Eumed.net 2012)

El aspecto fundamental de una ruta es que los recursos estén enlazados por un camino que existan y puedan ser recorridos por los turistas. (Crespi M, Planells M 2011)

Tour

Romo (2012) dijo "los tours se organizan en respuesta a una demanda de turistas que viajan por motivos diferentes, y de acuerdo con distintos presupuestos y tiempo disponible." (pág. 93)

Gastronomía

Millán y Agudo Gutiérrez (2010) "Define al turismo gastronómico como las visitas a productores primarios y secundarios, de alimentos, festividades gastronómicas, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos". (pág. 98)

El Cuy

La carne de cuy es bastante popular en la gastronomía de los Andes ecuatorianos, especialmente entre las comunidades indígenas, en las cuales todas las fiestas suelen estar acompañadas de un plato preparado con cuy. Este pequeño roedor es originario de América, y, antes de la llegada de los españoles, ya era consumido en el continente. En la Sierra ecuatoriana es criado principalmente para el consumo y la preparación de varios platos. (Surtrek 2016)

Producto turístico

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. Como al momento de comprar un tour en su lugar de origen no puede ver el turista por adelantado lo que comprar, con frecuencia se dice que el producto es abstracta, pero esta percepción transitoria al inicio, se vuelve concreta al llegar al lugar o al hacer uso de servicio que adquirió. (Fuentes A. 2013 pág. 92)

Panosso (2012) comenta que "un recorrido o excursión puede ser en grupos grandes, medianos, mínimos o individuales. Un tour puede ser regional, nacional, internacional o crucero." (pág. 93)

Atractivos turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación son de interés por parte de los

visitantes.

Son la materia prima de la actividad turística y se clasifican en: Atractivos Naturales y Atractivos Culturales. (Fuentes A. 2013 pág. 92)

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales implican gastos.

(OMT 2010)

Planta turística

“Son los establecimientos administrativos en forma estatal y privada que se dedican a prestar servicios turísticos.” (Fuentes A. 2013 pág. 93)

Publicidad

Independientemente del método que se aplique, la propaganda debe realizarse sin contradicciones y con una idea central clara, para motivar un deseo y provocar una respuesta adecuada. Cabe aclarar que el primer objetivo de la publicidad ha de ser siempre llamar la atención. (De la Torre Padilla 2012 pág. 86)

“Para lanzar un nuevo producto turístico al mercado, es necesario conocer con detalle la plaza turística para dicho mercado.” (Guevara A. 2012 pág. 53)

5.01.01 Análisis FODA

Tabla N° 9
FODA

Factor interno Factor externo	Fortaleza	Debilidades
	Vías de acceso en buen estado en el sector.	Poca difusión e información de los atractivos.
Oportunidades	Estrategias (FO)	Estrategia (OD)
Contar con atractivos turísticos con potencial para ser visitados y una diversa gastronomía.	Diseñar de rutas que puedan evidenciar el potencial del sector. Promoción de atractivos a través de la ruta	Diseño guía Video promocional Brochures Página web Banner
Amenazas	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
Deterioro de atractivos debido a un mal uso	Aprovechar el potencial turístico natural y gastronómico, pero con el debido cuidado de los recursos	Informar acerca de los atractivos turísticos del sector, para evitar el abandono y pérdida con el desarrollo de estrategias para la promoción del sector

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

La tabla FODA es el análisis de las características del proyecto, donde se observan

cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y sus estrategias en la realización del proyecto.

Llegando a la conclusión que la fortaleza del proyecto son las vías de acceso en buen estado, lo que facilita a los turistas en el recorrido por el sector, la debilidad es la poca difusión de los atractivos de lugar lo que ocasiona poca afluencia de visitantes

La oportunidad es el contar con atractivos turísticos con potencial para ser visitados y una diversa gastronomía en el sector, la amenaza es el deterioro de atractivos por un mal uso.

Las estrategias que tiene el proyecto será: Diseño de una ruta turística gastronómica que puedan evidenciar el potencial del sector, a su vez realizar una buena promoción de la ruta con el uso de brochures, video, banner publicitario y una página web, en los cuales se podrá encontrar información clara de la ruta.

También se buscara aprovechar el potencial turístico natural y gastronómico por parte de los habitantes del sector y mejor información de los atractivos turísticos y a la vez brindar información sobre el cuidado y preservación del lugar.

5.01.02 Instrumento de investigación

Investigación exploratoria: Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables. Esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información. (Metodología de la investigación 2011)

Investigación de campo: Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada). Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite

el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos). (Campus virtual 2010)

Encuesta: “La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.” (CIS 2012)

Análisis

La encuesta es una técnica que se aplica a un segmento de la población, el cual consta de una serie de preguntas que ayudara a recopilar información en cuanto a la opinión de los encuestados, lo que la convierte en una forma rápida de saber si un proyecto a desarrollar tendrá una buena acogida en las personas.

La encuesta se aplicara en el proyecto debido a que se desea saber cual es la aceptación de las personas con el diseño de una nueva ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura, si las personas estarían dispuesta a realizar la ruta, cual es la frecuencia con la han visitado este sector, como se han enterado de atractivos turísticos del lugar, si han tenido la oportunidad de degustar de su gastronomía, entre otras.

5.01.03 Investigación de mercado: La investigación de mercado es el proceso que permite conocer el funcionamiento mercantil. Este procedimiento debe ser sistemático (con un plan preestablecido), organizado (especificando los detalles relacionado con el estudio) y objetivo (sus conclusiones deben dejar de lado las impresiones subjetivas).

A la hora de llevar a cabo la investigación de mercado, el analista debe recopilar, procesar y analizar la información vinculada a distintos aspectos de la mercadotecnia. El objetivo es el desarrollo de un plan estratégico que permita el lanzamiento o el posicionamiento de productos. (Definiciones 2008-2016)

Análisis

La investigación de mercado es un método utilizado para la recolección y análisis de información, el cual es aplicado a la población.

Normalmente se lo utiliza para conocer como las personas recibirán un nuevo producto y cual es su opinión frente a este, lo que ayudara a saber para conocer su opinión y conocer sus necesidades. En el proyecto se utilizara la investigación de mercado con la aplicación de encuestas.

5.01.04 Población y muestra

Para el cálculo de la muestra se ha tomado la población del Cantón Quito para la aplicación de las encuestas, debido a que a este mercado se desea dar a conocer la Ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura.

Tabla N° 10

Título: Tabla estadística de población a nivel de cantones

CANTONES	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
Cayambe	41.967	3,3%	43.828	3,3%	58.795
Mejía	39.783	3,2%	41.552	3,1%	81.335
Pedro Moncayo	16.311	1,3%	16.861	1,3%	33.172
Pedro Vicente Maldonado	6.735	0,5%	6.189	0,5%	12.924
Puerto Quito	10.774	0,9%	9.671	0,7%	20.445
Quito	1.088.811	86,7%	1.150.380	87,1%	2.239.191
Rumiñahui	41.917	3,3%	43.935	3,3%	85.852
San Miguel de los Bancos	9.413	0,7%	8.160	0,6%	17.573
Total	1.255.711	100%	1.320.576	100%	2.576.287

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Estadística INEC 2010

Análisis

En la tabla N 9 se encuentra información acerca de la población de la provincia de Pichincha desglosada por cantones; esta tabla tiene como fuente el Instituto Nacional

de Estadística y Censo (INEC) del último censo en el país en el año 2010.

La población que será tomada en cuenta es la del Cantón Quito que es la cual se calculara la muestra para la aplicación de la encuesta, buscando recopilar datos que serán de gran importancia para la realización del proyecto.

La población del Canto Quito es tomada debido a que es la población que se desea atraer.

Muestra: Formulación de población finita

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

n= tamaño de la muestra

N= población y muestra

z= base nivel de confianza 95%

p= probabilidad de éxito 50%

q= probabilidad de fracaso 50%

e= margen de error del 5%

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{2.239.191 * 0.50 * 0.50 (1.95)^2}{(2.339.191 - 1)(0.05)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{2.239.191 * 0.25 * 3.80}{(2.339.190) * 0.0025 + 0.25 * 3.80}$$

$$n = \frac{2.222.231.45}{5.847.975 + 0.95}$$

$$n = \frac{2.222.231.45}{5.847.975.95}$$

$$n = \frac{2.222.231.45}{5.847.975 + 0.95}$$

$$n = 0.380$$

Una vez aplica la fórmula de población finita dando como resultado 380 encuestas, las cuales serán aplicadas en la ciudad de Quito

5.01.05 Análisis de la información

Tabla N° 11
Edades

	Frecuencia	%
18 – 25	122	32%
26 – 35	168	44%
36 – 45	67	18%
46 – 65	23	6%
Total	380	100%

Elaborado: Carolina Valenzuela

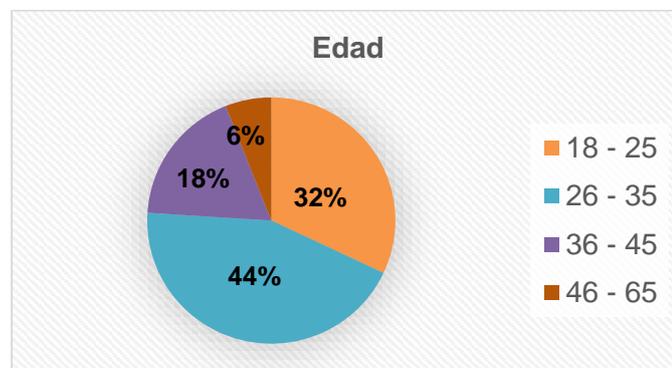


Figura N° 5
Grafica Edades
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

Las encuestas fueron aplicadas en la ciudad de Quito, del 100% de las personas encuestadas, mayor parte se encuentra de encuestados se encuentra en el rango entre 26 – 35 con 44%, el 32% de los encuestados se encuentran en un rango de 18 – 25, el 18% de los encuestados se encuentran en un rango de 36 – 45, el 6 % de encuestados se encuentran en un rango de 46 – 65. Lo que se puede evidenciar que la ruta diseñada no está enfocada solo aun rango de edades específica, puede llegar a hacer de interés de todos.

Tabla N° 12
Género

	Frecuencia	%
Masculino	169	44%
Femenino	211	60%
Total	380	100%

Realizado: Carolina Valenzuela

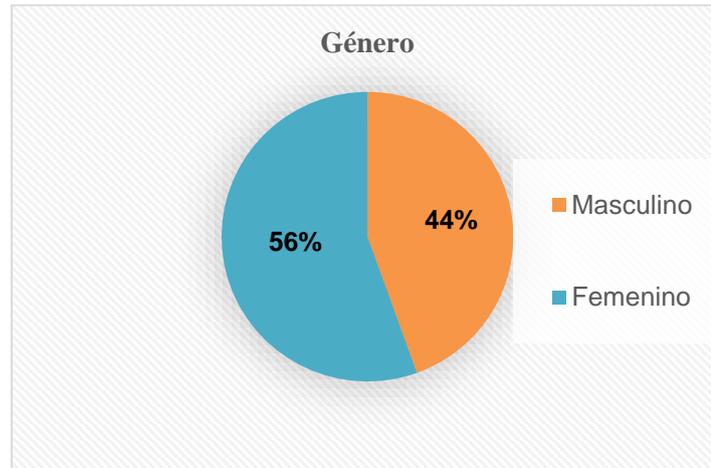


Figura N° 6
Gráfica Edades
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

Del 100% de las encuestas aplicadas el 56% de las personas consultadas el 56% fueron mujeres, el 44% de hombre.

Tabla N° 13
Pregunta 1

	Frecuencia	%
Si	331	87%
No	49	13%
Total	380	100%

Realizado: Carolina Valenzuela

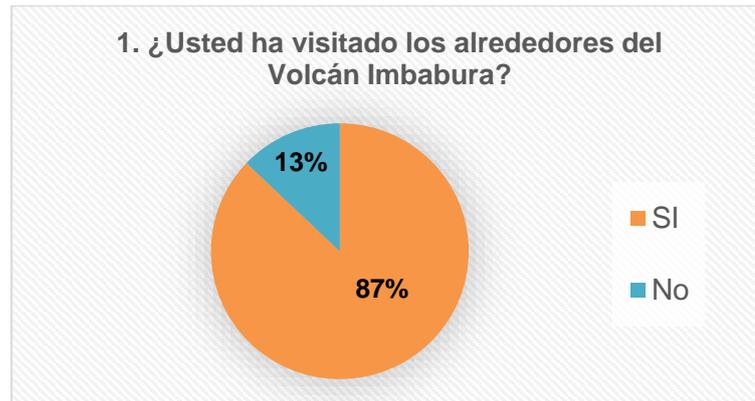


Figura N° 7
Gráfica pregunta 1
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

El 87% de personas encuestado han visitado los alrededores del Volcán Imbabura lo que evidencia que tiene un potencial turístico alto, para el disfrute de los visitantes, y el 13% no han tenido la oportunidad de visitarlo.

Tabla N° 14
Pregunta 2

	Frecuencia	%
Agencia de viajes	24	6.3%
Amigos o familiares	174	45.8%
Publicaciones de revistas o periódicos	61	16.1%
Páginas web	196	51.6%
Redes sociales	114	30%
Radio o televisión	25	6.6%

Realizado: Carolina Valenzuela

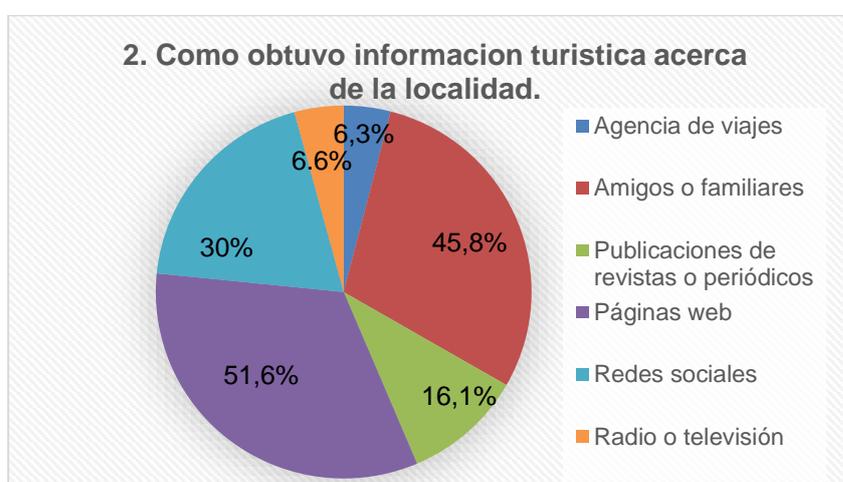


Figura N° 8
Gráfica pregunta 2
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

Del total de encuestados el 51.6% señalaron que obtuvieron información por medio de páginas web, lo que refleja que este es un buen medio de promoción, que será utilizada en el proyecto. El 45.8% obtuvo información por medio de amigos y familiares, el 30% señaló que por medio de redes sociales obtuvo información del lugar, el 16% se informó por medio de publicaciones y revistas, el 6.6% conoció de lugar mediante la radio y televisión, y el 6.3% obtuvo información mediante agencias de viajes.

Tabla N° 15
Pregunta 3

	Frecuencia	%
Ninguna	31	8,2%
Una	230	60,7%
Dos o Tres	100	26,4%
Cuatro o Mas	19	4,7%
Total	380	100

Realizado: Carolina Valenzuela

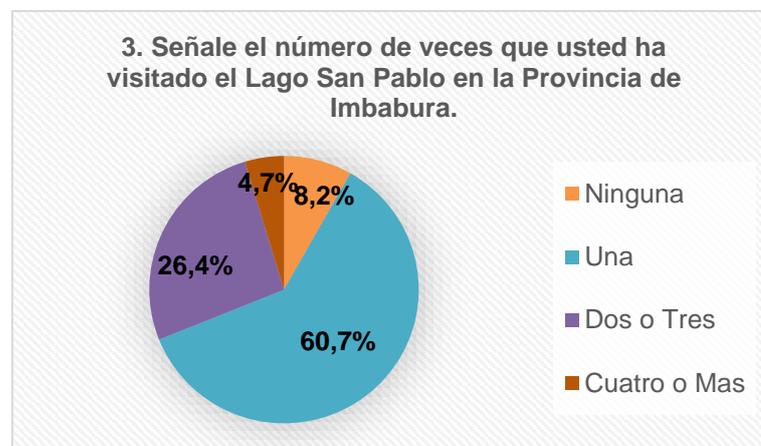


Figura N° 9
Gráfica pregunta 3
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

Los encuestados señalaron que el 60.7% han visitado solo una vez, por lo que es importante trabajar para que el turista regrese al sector. El 26.4% de encuestados visto el lugar dos o tres veces, el 8.2% nunca ha visitado el lugar, y el 4.7% a visitado cuatro o más veces.

Tabla N° 16
Pregunta 4

	Frecuencia	%
Solo	39	10,9%
Con familiares	220	61,3%
Con amigos	92	25,6%
Tour	72	20,1%
Total		100%

Realizado: Carolina Valenzuela

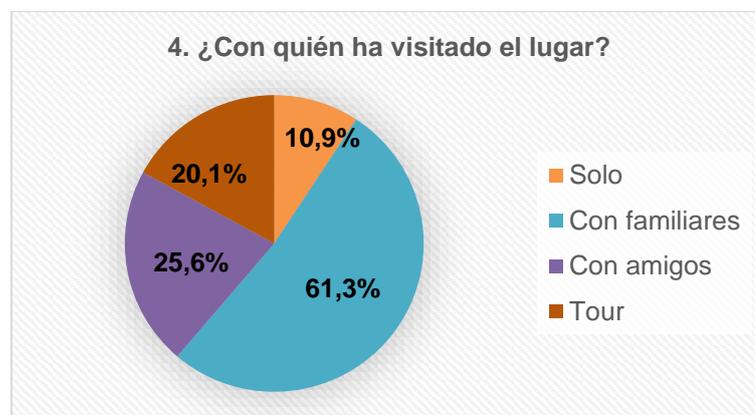


Figura N° 10
Gráfica pregunta 4
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

En su mayoría los turistas han visitado el lugar con familiares siendo el 61.3% del total de encuestados, pudiendo señalar en este es un lugar para disfrutarlo en familia, el 25.6% visito con amigos, el 20.1 % acudió en un tour y el 10.9% visito el lugar solo.

Tabla N° 17
Pregunta 5

	Frecuencia	%
Si	350	93.9%
No	30	6.1%
Total	380	100%

Realizado: Carolina Valenzuela



Figura N° 11
Gráfica pregunta 5
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

El 93.9% de personas encuestadas señalaron que si les gustaría recorrer los alrededores del Volcán Imbabura, lo que es beneficioso para el proyecto a realizar, ya que tendría una buena acogida entre las personas. El 6.1% de encuestados no les gustaría recorrer los alrededores.

Tabla N° 18
Pregunta 6

	Frecuencia	%
La Cascada de Peguche	153	40.3%
Chaltura	72	18.9%
Plaza de los ponchos	190	50%
Lago San Pablo	196	51.6%
Parque Cóndor	131	34.5%
Iglesia del Señor del Amor	59	15.5%
Museo Arqueológico de Atahualpa	46	12.1%

Realizado: Carolina Valenzuela

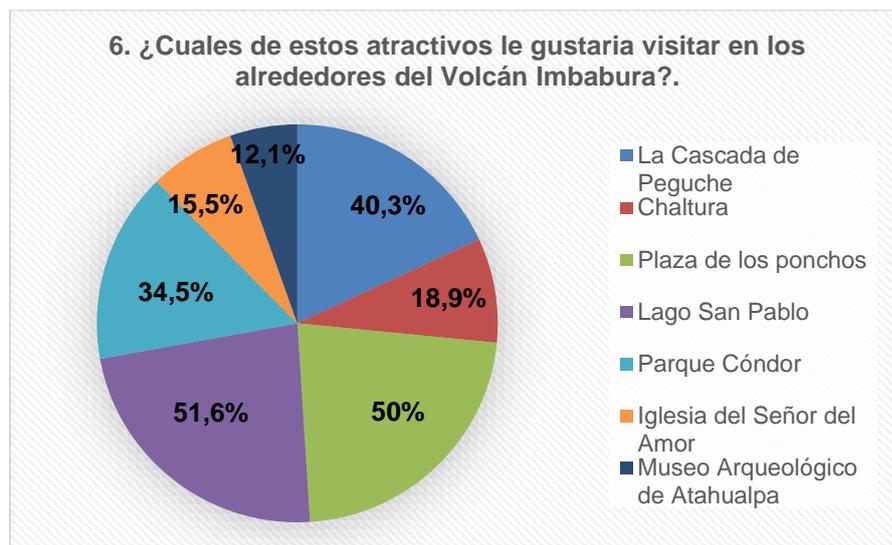


Figura N° 12
Gráfica pregunta 5
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

Como resultado los turistas prefieren visitar el Lago San Pablo, la Cascada de Peguche, la Plaza de los Ponchos. Seguido por un 34,5% que desea visitar el Parque Cóndor. Un 15,5% le gustaría visitar la Iglesia del Señor del Amor, y el 12,1% quisiera visitar el Museo Arqueológico de Atahualpa.

Tabla N° 19
Pregunta 7

	Frecuencia	%
Si	350	92.1%
No	30	7.9%
Total	380	100%

Realizado: Carolina Valenzuela

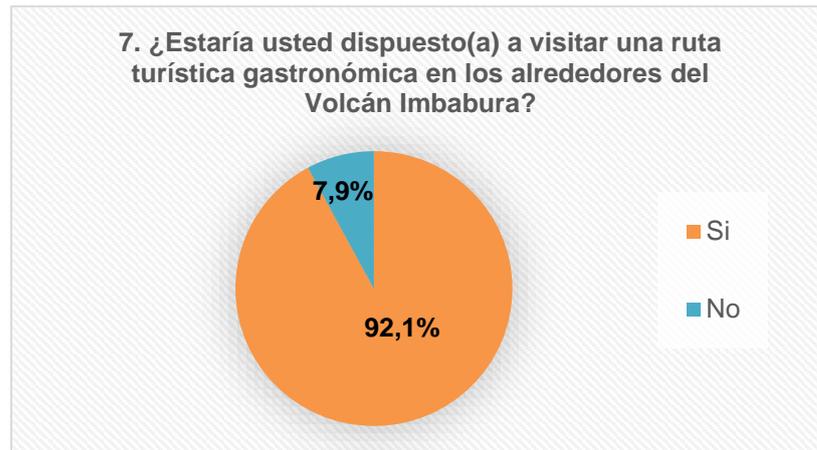


Figura N° 13
Gráfica pregunta 7
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

El 92.1% manifestó que si estaría dispuesto a visitar la ruta turística gastronómica, evidenciando que la realización de la ruta si tendría una buena aceptación entre los turistas que deseen visitar los alrededores del Volcán. Un 7.9% indico que no le gustaría visitar la ruta.

Tabla N° 20
Pregunta 8

	Frecuencia	%
Si	318	83.7%
No	62	16.3%
Total	380	100%

Realizado: Carolina Valenzuela



Figura N° 14
Gráfica pregunta 8
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

Un 83.7% de encuestados señalaron que han podido degustar de la variada gastronomía que tiene la provincia y un 16.3% señalado que no han podido probar la gastronomía local.

Tabla N° 21
Pregunta 9

	Frecuencia	%
En folleto con fotografías	129	33.9%
En un video	255	67.1%
Correos electrónicos	48	12.6%
Redes sociales	90	23.7%

Realizado: Carolina Valenzuela

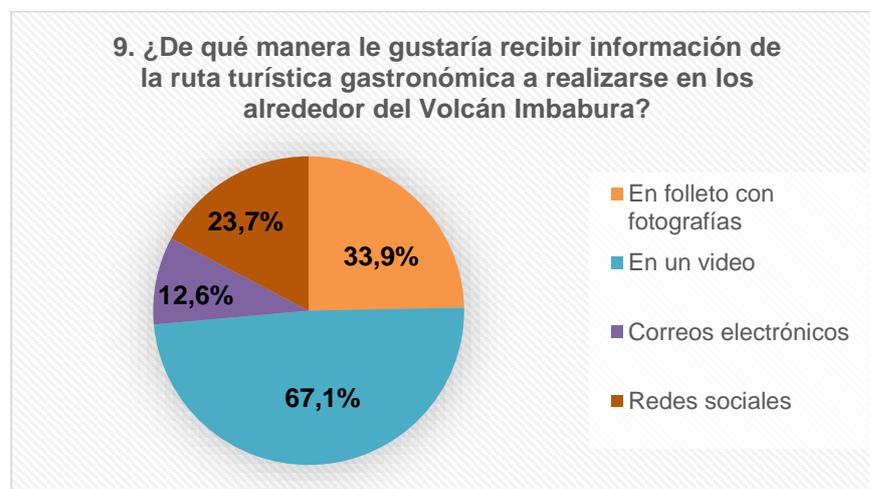


Figura N° 15
Gráfica pregunta 9
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

El 67.1% de encuestados indicaron que les gustaría recibir información de la ruta en un video, ya que sería una forma más didáctica y clara conocer acerca de la ruta. Un 33.9% de encuestados señalaron que les gustaría recibir información mediante folletos con fotografías, el 23.7% indicó que desearía conocer de la ruta a través de redes sociales y al 12.6% le gustaría recibir información de la ruta a través de correos electrónicos

Tabla N° 22
Pregunta 10

	Frecuencia	%
Si	366	96.3%
No	14	3.7%
Total	380	100%

Realizado: Carolina Valenzuela



Figura N° 16
Gráfica pregunta 10
Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

El 96.3% de los encuestados piensan que con la promoción de la ruta turística gastronómica traería beneficios a los pobladores, ya que existiría mayor afluencia turística en el sector, por otro lado el 3.7% de encuestados piensa que la promoción no traería ningún beneficio a la población.

5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)

Para la promoción de la ruta turística gastronómica se realizará las siguientes estrategias:

5.02.01 Creación de una página web: Servirá para promocionar la ruta, en la misma se podrá ofrecer información acerca de los lugares a visitar, compartir fotos y videos.

La página web será actualizada constantemente con información y fotos de la ruta.

5.02.02 Redes sociales: Las redes sociales es un medio utilizado por cientos de personas, por lo que se piensa que con una publicidad llamativa se puede captar la atención de público, a más de ser un medio que resulta barato y fácil de utilizar.

Permitirá mostrar a los usuarios información acerca de la ruta, fotos de los atractivos a visitar y el video promocional.

5.02.03 Banner: Este medio ayudara exhibiendo información de la ruta con colores llamativos, con fotos de atractivos a visitar e información de contactos. Las medidas del banner serán 70cm de ancho y 1.50 de alto, para su promoción será colocado en el ingreso a la Iglesia de la Compañía de Jesús

5.02.04 Video promocional: Se realizara un video de la zona y será una buena estrategia promocional ya que se mostrara los lugares a visitar en la ruta y las actividades que se podrán realizar. Tendrá una duración de aproximadamente 5 minutos, el cual podrá ser visto en YouTube, en la página de Facebook y en la página web, también podrá ser visto en una de las salas de exhibición en la Iglesia de

la Compañía de Jesús.

5.02.05 Elaboración de brochures: Esta estrategia permitirá promocionar la ruta, brindando información clara, estos volantes serán llamativos para poder captar la atención de las personas e invitarles a leer. Este brochure tendrá información de los sitios que se podrá visitar.

Estos brochures serán expuestos al público en la boletería al ingreso de la Iglesia de la Compañía de Jesús.

5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

5.03.01 Logo



El proyecto busco diseñar un logo claro y sencillo de la ruta.

5.03.02 Levantamiento de información

Tabla N° 23

Lago San Pablo

<p>Lago San Pablo</p>  <p>Figura N° 17 Lago San Pablo</p>			
Categoría:	Sitio Natural	Tipo:	Ambiente Lacustre
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Lagos
Parroquia:	San Pablo	Cantón:	Otavalo
Altitud:	2.700 m	Temperatura:	11°C
<p>Ubicación y descripción del atractivo:</p> <p>La laguna se encuentra ubicada en la zona baja del Volcán Imbabura, desde aquí se puede acceder a miradores naturales como el Lechero y el Mirador Mira Lago ubicado en la panamericana sur (3km antes del control de Cajas) desde donde se tiene una vista panorámica de las comunidades que le rodean. Las orillas del lago se encuentran cubiertas por la totora ya especies como la chilca, eucaliptos, y cultivos andinos como maíz., chochos, habas.</p>			
<p>Actividades:</p> <p>En el lago se pueden realizar paseos en lancha, esquí acuático, paseo en motos acuáticas, kayak y natación. Es muy famosa la competencia deportiva del cruce a nado del Lago San Pablo que se realiza cada mes de septiembre con ocasión de las fiestas del Yamor. La totora del lugar es utilizada por la asociación SISA para elaborar artesanías y muebles.</p>			
Estado:	Conservado	Entorno:	Conservado
Jerarquía	3		

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra

Tabla N° 24
Cascada de Peguche

<p>Cascada de Peguche</p>  <p>Figura N° 18 Cascada de Peguche</p>			
Categoría:	Sitio Natural	Tipo:	Río
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Cascada
Parroquia:	San Pablo	Cantón:	Otavalo
Altitud:		Temperatura:	18°C
<p>Ubicación y descripción del atractivo:</p> <p>Ubicada en la comunidad de Peguche, a tan sólo 5 minutos al noroeste de la ciudad de Otavalo. La Cascada de Peguche es un hermoso salto de agua de 18 m de altura, formada por las aguas del río del mismo nombre, que nace en el lago San Pablo. La cascada es uno de los atractivos turísticos más importantes de Otavalo. Debido a su cercanía y fácil acceso, varios turistas y visitantes acuden al sector para conocerla y disfrutar de un paisaje único.</p>			
<p>Actividades:</p> <p>La Cascada de es un hermoso sitio ritual y espiritual, donde sus habitantes una noche antes de las vísperas Inti Raymi acuden a las aguas de la cascada para un baño sagrado con la finalidad de prepararse espiritualmente y celebrar las fiestas que duran algunos días.</p>			
Estado:	Conservado	Entorno:	Conservado
Jerarquía	3		

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Ecostravel

Tabla N° 25
Parque Cóndor

<p>Parque Cóndor</p>  <p>Figura N° 19 Parque Cóndor</p>			
Categoría:	Sitio Natural	Tipo:	Parque
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	
Parroquia:		Cantón:	Otavalo
Altitud:	2.837 m.s.n.m.	Temperatura:	10 y 25 °C
<p>Ubicación y descripción del atractivo:</p> <p>Ingreso por la Panamericana, a la altura de la gasolinera a la entrada de Otavalo, avanzando hasta la calle Piedrahita en la ciudad de Otavalo; 5 Km de camino, perfectamente señalizado nos lleva hasta la entrada del parque. El Parque Cóndor fue creado con el objetivo de concienciar sobre la importancia de la protección del medio ambiente y su biodiversidad, específicamente en el ecosistema del páramo andino. Este parque es también un centro de educación ambiental que tiene como eje de acción las aves rapaces, búhos, buitres del nuevo mundo y la conservación del cóndor andino.</p>			
<p>Actividades:</p> <p>Se pueden observar un sinnúmero de aves</p>			
Estado:	Conservado	Entorno:	Conservado
Jerarquía	3		

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Tesis de grado Navarro Chicaiza Alexandra Daniela, Creación de una operadora turística como estrategia de difusión de los atractivos turísticos en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura.

Tabla N° 26
Museo Arqueológico Atahualpa

<p>Museo Arqueológico Atahualpa</p>  <p>Figura N° 20 Museo Arqueológico Atahualpa Fuente: GAD Ibarra</p>			
Categoría:	Manifestaciones culturales	Tipo:	Históricos
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Museos
Parroquia:	La Esperanza	Cantón:	Ibarra
Altitud:	2458 m.s.n.m.	Temperatura:	18° C.
<p>Ubicación y descripción del atractivo:</p> <p>Este museo contiene una gran variedad de vestigios arqueológicos de la cultura Caranqui que habitaba en la sierra norte. La mayoría de muestras fueron encontradas en los últimos hallazgos registrados en las Ruinas del Inka Huasi ubicados en el sector de Caranqui, en donde también se localizan los restos del llamado Inka Huasi, estructura única en la región que formaba parte del palacio real de Atahualpa, último Inka del Tahuantinsuyo.</p>			
<p>Actividades:</p> <p>El Museo exhibe piezas de dos de las más importantes culturas precolombinas del cantón Ibarra. La Cultura Caranqui, existente entre los años 500 y 1.500 D.C. En el museo se puede observar un sin número de herramientas, ollas, formas cerámicas, adornos personales, etc., que fueron rescatados de vestigios encontrados en la parroquia y que hoy permanecen en este museo para su apreciación y conocimiento de quienes lo visitan.</p>			
Estado:	Conservado	Entorno:	Conservado
Jerarquía	2		

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra

Familia Dávila Vera

Tabla N° 27

Iglesia del Señor del Amor

Iglesia del Señor del Amor



Figura N° 21
Iglesia del Señor del Amor

Categoría:	Manifestaciones culturales	Tipo:	Históricos
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Arquitectura
Parroquia:	Caranqui	Cantón:	Ibarra
Altitud:	2458 m.s.n.m.	Temperatura:	18° C.
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Caraqui se encuentra ubicado a 5 minutos del centro de San Antonio de Ibarra. El Santuario del Señor del Amor está ubicado en Caranqui, se levanta sobre los mismos cimientos del Templo del Sol que adoraban los Incas. Tiene una réplica del antiguo Señor del Amor que reposa en el altar mayor, el cual fue trabajado en estilo barroco y dorado en pan de oro. Es famoso el cuadro del infierno que tiene en su interior. Se levantó sobre las ruinas de los palacios incásicos de Caranqui y fue construida por el padre Pedro Bedón, superior de los dominicos, en el año de 1615.</p> <p>Es de una sola nave con forma de cruz latina. En su interior, el altar es de estilo gótico y barroco, tiene columnas salomónicas, dorado todo el conjunto con pan de oro. La fachada es de ladrillo, piedra y calicanto.</p>			
Actividades:			
Recorrido dentro del templo.			
Estado:	Conservado	Entorno:	Conservado
Jerarquía	2		

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra

Tabla N° 28
Iglesia de San Antonio de Ibarra

<p>Iglesia de San Antonio de Ibarra</p>  <p>Figura N° 22 Iglesia de San Antonio de Ibarra</p>			
Categoría:	Manifestaciones culturales	Tipo:	Históricos
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Arquitectura
Parroquia:	San Antonio	Cantón:	Ibarra
Altitud:	2356 m.s.n.m.	Temperatura:	11° C.
<p>Ubicación y descripción del atractivo:</p> <p>Perteneció a la doctrina de los franciscanos en el año de 1567, en 1603 se bendice la iglesia grande de San Antonio de Ibarra. Su estructura era modesta, de adobe sus paredes y de paja su cubierta, esta fue destruida por el terremoto de 1868. La nueva iglesia es levantada en el mismo solar de la original hasta aproximadamente 1930.n el altar mayor reposa pintada sobre piedra la imagen de Nuestra Señora de las Lajas, El Señor Resucitado que se supone el rostro es del autor Sangurima y el resto del cuerpo de autor anónimo, El Crucifijo del Señor en agonía de tamaño natural, Imagen de la Virgen del Carmen de tamaño natura correspondiente a la Escuela Quiteña, una Cruz de plata labrada, muestra del culto antiguo y pinturas de los siglos XIX y XX.</p>			
<p>Actividades:</p> <p>Recorrido dentro del templo.</p>			
Estado:	Conservado	Entorno:	Conservado
Jerarquía	2		

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra

Tabla N° 29
Volcán Imbabura

<p>Volcán Imbabura</p>  <p>Figura N° 23 Título: Volcán Imbabura</p>			
Categoría:	Sitio natural	Tipo:	Montaña
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Volcán
Parroquia:	San Pablo del Lago	Cantón:	Otavalo
Altitud:	4.660 msnm	Temperatura:	8° C
<p>Ubicación y descripción del atractivo:</p> <p>En la provincia de Imbabura, al norte del Cerro Cusín, se encuentra el Volcán Imbabura. Por su posición céntrica domina toda la Hoya de Ibarra y es símbolo y montaña tutelar de las ciudades y poblaciones que se levantan a su alrededor. Su cono tiene un cráter abierto hacia el este, y sus laderas de color gris pardo coronado por negras rocas, carecen casi siempre de nieve. La montaña tiene un significado mágico para los pueblos que habitan en sus faldas y valles, quienes lo adoran y le tributan maíz y papas para alcanzar buenas cosechas. En la concepción indígena, se cree que el Imbabura es el cerro varón y el Cotacachi es el cerro hembra</p>			
<p>Actividades:</p> <p>Se realizan actividades como caminatas, ciclismo de montaña, camping y fotografía</p>			
Estado:	Conservado	Entorno:	Conservado
Jerarquía	3		

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Fuente: Cruz Marco 2010 pág. 170

5.03.03 Planta turística de la provincia

Tabla N° 30

Planta Turística de la provincia

Establecimiento	Dirección	Costos	Telef.	A y B		Alojamiento	
				No.	No.	No.	No.
				Mes.	Plaz.	Hab.	Plaz.
PARROQUIA IBARRA							
ALOJAMIENTO							
DEL RÍO	JUAN MONTALVO 4-55 Y FLORES	\$40.00	2611885	9	36	12	24
ROYAL RUIZ	AV. MARIANO ACOSTA 16-59	\$70.0	2950065	6	24	17	44
RED LAS ORQUÍDEAS	AV. EUGENIO ESPEJO 8-18 Y JOSÉ MIGUEL LEORO	\$25.00	2585673	12	48	15	32
SUEÑO REAL	AV. VÍCTOR M. GUZMÁN 1-06 Y JUAN LEÓN MERA	\$16.00	2643980	10	40	28	51
CUMBRES ANDINAS	AV. MARIANO ACOSTA 26-180	\$35.00		4	16	13	26
CHORLAVÍ	PANAMERICANA SUR KM. 4	\$107.00	2932222	120	480	51	120
ESTELITA	VÍA A YURACRUCITO KM. 5	\$75.00	098 116058	34	136	11	30
SAN ANDRÉS LODGE & SPA	13 DE ABRIL 17-54 Y ESMERALDAS	\$ 75.00	2546528	74	296	6	14
TUNAS & CABRAS	VÍA ANTIGUA A SAN ALFONSO - SECTOR PIMÁN	\$175.00	2631819	12	48	8	44
AJAVÍ	AV. MARIANO ACOSTA 16-38	\$100		180	720	55	108
MONTECARLO	AV. JAIME RIVADENEIRA 5-55 Y OVIEDO	\$80.00		42	168	36	91

MONTECARLO	AV. JAIME RIVADENEIRA 5-55 Y OVIEDO	\$80.00		42	168	36	91
Plaza Victoria	EL OLIVO ALTO	\$42.00	2603237	0	0	12	24
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
BARES							
LIBERTY CLUB	AV. VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA Y AV. ROLDOS		0995147976	8	60	0	0
RINCÓN DEL AYER	JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO 9-59 Y VELASCO		092032111	15	60	0	0
ROCK CAFÉ	AV. EL RETORNO S/N Y RÍO TÚMBEZ			7	28	0	0
DISCOTECAS							
AQUA	AUTOPISTA YAHUARCOCHA MUELLE			10	120	0	0
TSUNAMI CLUB	MIGUEL OVIEDO 7-74 Y OLMEDO		2600097	300	1200	0	0
CAFETERIAS							
AROMAS CAFÉ	JUAN DE VELASCO 5-59 Y SUCRE		2608460	16	64	0	0
CAFÉ BOLÍVAR	SIMÓN BOLÍVAR 3-28 Y EUSEBIO BORRERO		2950118	5	20	0	0
SKY & LOUNGE	HUGO GUZMÁN LARA #6-69 Y JOSÉ LARREA		09 9274 7334	8	32	0	0
QUADRATA	MIGUEL OVIEDO 7-68 Y OLMEDO		2611171	6	24	0	0
RESTAURANTES							
ARTE VISTA CAFÉ GALERÍA	2 DE MARZO Y JUAN MONTALVO			18	72	0	0
LA CASSONA IBARRÉÑA	SIMÓN BOLÍVAR 6-47 Y FLORES		09 8461 9483	20	80	0	0

FRITADAS AMAZONAS	AV. MARIANO ACOSTA C.C. LAGUNA MALL		9395228 50	15	60	0	0
MENESTRAS DEL NEGRO	CC. LAGUNA MALL. AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO		9996615 37	15	60	0	0
PAPA JOHNS	AV. MARIANO ACOSTA 1-24 Y GUALLUPE		2631493	24	96	0	0
POLLOS GUS	PEDRO MONCAYO 7-41 Y OLMEDO		2959574	21	84	0	0
TABLITA DEL TÁRTARO	C.C. LA PLAZA SHOPPING CENTER LOCAL # C-06		2630926	10	40	0	0
TAIPEI UNA TRADICIÓN	AV. MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO		6295846 9	14	56	0	0
ATAHUALPA	AV. RICARDO SÁNCHEZ 7-23 Y SÁNCHEZ		09 8913 6087	12	48	0	0
IBARRA	AV. EL RETORNO Y RÍO PASTAZA		0629591 57	15	60	0	0
La LOJANITA	AV. CRISTÓBAL DE TROYA 52-27 Y R. TROYA		2609675	10	40	0	0
SHUANG XI	GARCIA MORENO Y OLMEDO		6250034 43	11	44	0	0
CANTONESA	AV. EL RETORNO 15-24 Y RÍO CHINCHIPE		09 8056 5989	10	40	0	0
FRITADAS MAMA MICHE	CALLE SUCRE 7-52 Y PEDRO MONCAYO		9949203 11	8	32	0	0
LA ROSA	AVS. JORGE GUZMÁN Y ESPINOZA PÓLIT		2604683	13	52	0	0
TRADICIONAL HORNADO DE DOÑA MARINA	ROCAFUERTE 3-22 Y BORRERO		2605664	12	48	0	0

TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

EL ALPARGATE	VIA A EL TEJAR		2600545	20	80	0	0
EL PONDO RINCÓN	RAFAEL TROYA 9-31 Y JUAN HERNÁNDEZ		2950086	15	60	0	0
PARROQUIA SAN ANTONIO							
ALOJAMIENTO							
ANHELOS	VÍA A URCUQUÍ		2642567	0	0	12	24
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
CAFETERÍA							
POSADA DEL ARTE	RAMÓN TEANGA S/N Y GARCÍA MORENO		2550073	15	60	0	0
VIEJO MADERO	SIMÓN BOLÍVAR S/N Y HNOS. MIDEROS - LOCAL # 1		2932155	8	32	0	0
RESTAURANTES							
LA CASA DEL CUY	BELLAVISTA, CALLE PRINCIPAL INGRESO A CHALTURA		62932955	14	84	0	0
KOCINA MI	27 DE NOVIEMBRE 2-85 Y CAMILO POMPEYO		2932424	12	48	0	0
LA PAILA CRIOLLA	27 DE NOVIEMBRE			6	24	0	0
BAR							
TRILOGY	RAMÓN TEANGA 6-17 Y GARCÍA MORENO		983850352	7	28	0	0
CANTÓN OTAVALO							
PARROQUIA OTAVALO							
ALOJAMIENTO							
DOÑA ESTHER	JUAN MONTALVO 4-44 Y BOLÍVAR	\$48.00	2920739	11	44	13	26
EL INDIO	SUCRE 12-14 Y SALINAS	\$20.00	2920060	20	80	13	28

TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

MASHY'S	NEPTALÍ ORDÓÑEZ 1-77 Y ROCA		2921480	2	8	23	49
POSADA DEL QUINDE LA	AV. QUITO 10-34 Y MIGUEL EGAS	\$61.00	2920750	11	44	18	40
TAMIA TAKI	MODESTO JARAMILLO 5-69 Y MORALES	\$5.00	2920684	0	0	12	24
ALY	AV. 31 DE OCTUBRE S/N Y JUAN DE SALINAS	\$12.00	2928782	0	0	12	26
ACOMA	SALINAS 07-57 Y RICAURTE		2926570	16	64	33	65
EL INDIO INN	BOLÍVAR 9-04 Y A. CALDERÓN	\$42.00	2920325	15	60	30	63
CORAZA EL	ABDÓN CALDERÓN Y SUCRE	\$15.50	2921225	10	40	44	95
OTAVALO	ROCA 5-04 Y JUAN MONTALVO	\$21.80	2920416	28	128	30	74
SUCRE	SUCRE 11-09 Y MORALES	\$11.00	2991063	0	0	8	24
GERANIO	RICAURTE Y MORALES	\$14.00	2920185	0	0	7	18
ALIMENTOS Y BEBIDAS							
BARES							
ALIBA	MODESTO JARAMILLO Y AV. QUITO			12	48	0	0
BARYLOCO	AV. PAZ PONCE DE LEÓN Y PANAM. NORTE		2920206	100	400	0	0
BLANCO Y NEGRO	AV. ATAHUALPA S/N Y QUIROGA		2928643	38	152	0	0
EL PARCHE CULTURA PUB	AV. 31 DE OCTUBRE S/N Y PANAMERICANA		9971569 00	10	40	0	0

DISCOTECAS							
NITRO CLUB & LOUNGE	AV. 31 DE OCTUBRE S/N Y PANAMERICANA		2927900	100	400	0	0
ZONA ROSA LA	MODESTO JARAMILLO 9-30 Y MANUEL QUIROGA		2921729	100	400	0	0
MAHALO	31 DE OCTUBRE RO 90 Y PANAMERICANA NORTE		2925542	7	300	0	0
CAFETERÍAS							
COSECHA COFFEE LA	MODESTO JARAMILLO Y SALINAS		2924520	7	28	0	0
DAILY GRIND	ABDÓN CALDERÓN Y SUCRE		62926425	9	36	0	0
ESTACIÓN EXPRESS LA	COLÓN 4-09 Y BOLÍVAR		2920154	12	48	0	0
S.I.S.A	ABDÓN CALDERÓN 4-09 Y SUCRE		2925624	10	40	0	0
CASA DE INTAG	COLÓN 4-65 Y SUCRE		2920608	3	12	0	0
DELI	QUIROGA 12-18 Y SIMÓN BOLÍVAR		2921558	5	20	0	0
RESTAURANTES							
CASA DE ARTE DA PINTO LA	CRISTÓBAL COLÓN 4-10 Y BOLÍVAR		2921766	16	64	0	0
LOS CEVICHES DE ALBERTO	GARCÍA MORENO 6-17 Y SUCRE		09 9468 7992	10	40	0	0
MEI JIA JIU JIA	SUCRE Y GARCÍA MORENO		2928760	6	24	0	0
MULTI FOOD	MORALES 3-02 Y ROCA		2924970	16	64	0	0

MI OTAVALITO	SUCRE 11-19 Y MORALES		2920176	10	40	0	0
MI VIEJO CAFÉ	SUCRE 3-08 Y SALINAS		2926504	8	32	0	0
DELITTE	BOLÍVAR 7-41 Y JUAN MONTALVO ESQ.		2920290	9	36	0	0
KHALIL	SUCRE 13-10 Y JUAN DE SALINAS		2923227	9	36	0	0
SOL, LUNA Y ESTRELLAS	AV. QUITO S/N Y ATAHUALPA		2922261	12	48	0	0
VEN Y VERÁS	PANAMERICANA SUR- ESTACION DE SERVICIOS			9	36	0	0
SUMAG YAMOR	SIMÓN BOLÍVAR 10-11 Y MORALES		2920821	20	80	0	0
PARROQUIA SAN PABLO							
ALOJAMIENTO							
CABAÑAS DEL LAGO	ORILLAS LAGO SAN PABLO	\$35.00	2918108	70	280	27	71
CUSÍN	HACIENDA CUSÍN	\$110	2918316	33	132	40	84
PUERTO LAGO	PANAM. SUR KM 5-1/2	\$65.00	2920920	46	184	27	54
SACHA JI	COLINAS DE SAN PABLO, VÍA DEL CONDOR LOTE # 13 Y ÁNGEL VACA	\$88.00	3049245	9	36	12	28

Fuente: MINTUR 2015

5.03.04 Aplicación de la propuesta

Creación de una página web

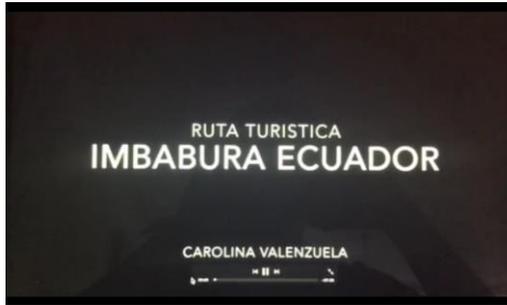


Redes sociales



TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Video promocional

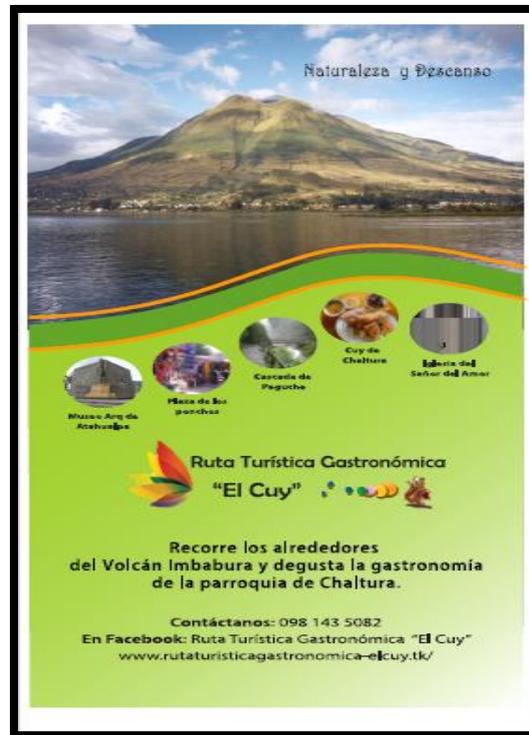


Elaboración de brochures



TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Pancarta



5.03.05 Ruta: En el mapa podremos encontrar cual sera el recorrido de la ruta diseñada señalando cuales seran los sitios a visitar.

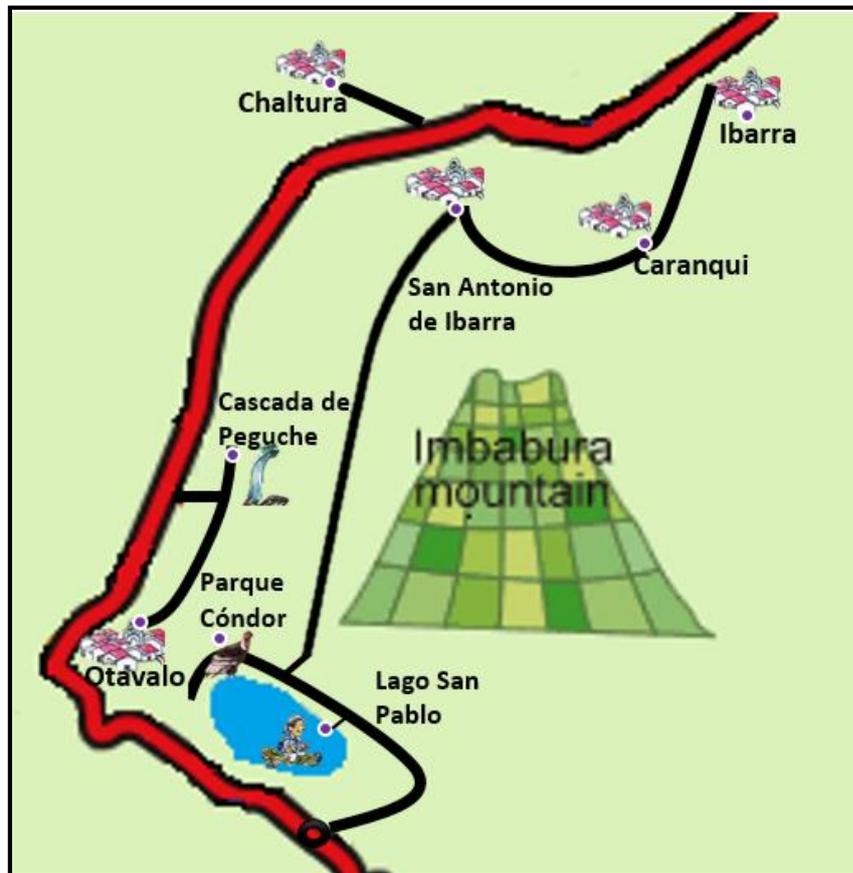


Figura N 12
Ruta Turística Gastronómica El Cuy
Elaborado por: Carolina Valenzuela
Fuente: Mapas del Ecuador

5.03.07 Itinerario: Se ha realizado una ruta turística gastronómica que tendrá una duración de 12h30 minutos desde la ciudad de Quito hasta la ciudad de Ibarra, en la cual se podrá visitar lugares turísticos, culturales y degustar de la gastronomía local.

Actividades a realizar

- 7:00 Salida desde Quito (Sector La Gasca) con destino Parque Acuático Araque en el Lago San Pablo en la provincia de Imbabura
- 9:00 Desayuno en el comedor del Parque Acuático Araque
- 9:30 Recorrido en lancha por el lago
- 10:20 Visita al Parque Cóndor
- 11:40 Llegada San Antonio de Ibarra
 - Visita tienda de artesanías y plaza E. Ayala
 - Vista a la iglesia del San Antonio de Ibarra
- 12:30 Llegada a Caranqui
 - Visita a la Iglesia del Señor del Amor
 - Degustación de pan de leche típico de la zona
- 13:00 Visita el Museo Arqueológico de Atahualpa en la ciudad de Ibarra
- 14:20 Almuerzo en Chaltura (Paradero turístico el Chozón (06)2906-717)
 - Cuy (plato típico del sector)
- 15:30 Visita a la Cascada de Peguche
 - Entrega de box lunch
- 16:30 Visita la plaza de los ponchos
 - Compra de artesanías
- 19:30 Llegada a Quito

Detalle de actividades

Tabla N° 31
Detalle de actividades

	Lugar a visitar	Actividad
	Parque Acuático Araque (Lago San Pablo)	Al llegar al Lago se podrá degustar de morocho con una empanada de viento y habas con mellocos.
	Parque Acuático Araque (Lago San Pablo)	Recorrido en lancha por el Lago San Pablo pudiendo observar una variedad de aves como: patos cuervo, garza blanca, gallaretas, colibríes, entre otras. Así como la totora que rodea el lago.
	Parque Cóndor	Recorrido en el parque pudiendo observar aves como: águilas, búhos, lechuzas y al majestuoso cóndor andino. Además de observar el vuelo de exhibición.
	Plaza A. Ayala (San Antonio de Ibarra)	Artesanías y esculturas
	Iglesia del San Antonio de Ibarra (San Antonio de Ibarra)	Recorrido en el templo, en el altar mayor reposa la imagen la Virgen de las Lajas pintada sobre piedra.
	Iglesia del Señor del Amor (Caranqui)	Recorrido por el templo. Construida a finales del siglo XVIII, en su altar mayor reposa una réplica del Señor del Amor. Es famoso su cuadro de infierno.

		Existen matrimonios muy típicos donde se realiza rituales y muchas costumbres que han ido adquiriendo y manteniendo. Adoraban a las grandes elevaciones como el Cayambe, Cotacachi, Saraurco, Pichincha e Imbabura. Les ofrecían sacrificios entregándoles maíz blanco, chicha y coca, que lo enterraban al pie de la montaña.
	Caranqui	Degustación de pan de leche típico
	Museo Arq. Atahualpa (Ibarra)	Recorrido por el museo, donde podrán observar objetos como: ollas, herramientas y cerámicas halladas en el sector.
	Almuerzo (Chaltura)	Chaltuta se caracteriza por ofrecer uno de los platos típicos más representativos de la Sierra norte, como lo es el Cuy asado.
	Cascada de Peguche (Otavalo)	Es un hermoso salto de agua de 18 m de altura, formada por las aguas del río del mismo nombre, que nace en el lago San Pablo.
		Es un sitio ritual y espiritual, donde sus habitantes una noche antes de las vísperas del Inti Raymi acuden a las aguas de la cascada para un baño sagrado
	Plaza de los Ponchos (Otavalo)	Esta plaza es considerada como una de las más grandes del norte el país. Encontrando un sinnúmero de objetos como: textiles, cerámicas, madera, bisutería, mazapán, entre otros.
		Cuenta con un amplio calendario de festividades como: los Raymicuna y el famoso Yamor. En Junio llega el Inti Raymi, la fiesta indígena más grande, pues dura varias semanas, y representa un agradecimiento a la tierra y al sol por la maduración de los frutos.(Ecuador)

Elaborado por; Carolina Valenzuela

Fuente: datos tomados de tablas de levantamiento de información

Tabla N° 32
Especificaciones del tour

Incluye	No Incluye
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transporte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bebidas extras
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guía 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comidas adicionales
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alimentación (desayuno y almuerzo) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades no mencionadas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Box lunch 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entradas a sitios no programados
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Paseo en lancha 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ticket de entrada al parque del Cóndor 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrada a la Cascada de Peguche 	

Elaborado por; Carolina Valenzuela

Tabla N° 33
Objetos recomendados para el recorrido

Que llevar	
<ul style="list-style-type: none"> • Mochila de mano • Ropa cómoda • Cámara de fotos 	<ul style="list-style-type: none"> • Zapatos cómodos • Chompa abrigada

Elaborado por; Carolina Valenzuela

Costos de la ruta

Tabla N° 34
Costos

Costos 10 pax								
N °	C. servicios	Costos	IVA 12%	Imp. servicio 10%	Costo total	Costo grupal	Frecuencia	Total
1	Transporte	9.50	-	-	9.50	95.00	1	95.00
2	Almuerzo	4.50	0.54	0.45	5.49	54.90	1	54.90
3	Paseo en lancha	2.00	0.24	0.20	2.44	24.40	1	24.40
4	Guía	25.00	3.00	-	28.00	28.00	1	28.00
5	Break lunch	1.10	0.13	0.11	1.34	13.40	1	13.40
6	Degustación de pan de leche	0.60	-	-	0.60	6.00	1	6.00
7	Ticket Parque Cóndor	4.00	-	-	4.00	40.00	1	40.00
8	Ticket Museo A. Atahualpa	1.00	-	-	1.00	10.00	1	10.00
9	Cascada de Peguche	0.50	-	-	0.50	5.00	1	5.00
10	Desayuno	2.00	0.24	0.20	2.44	20.44	1	20.44
Costo grupal								297.14
Imprevisto 5%								14.86
Utilidad del 25%								74.28
Precio de venta								386.28
Costo unitario								29.71
P. de venta unitario								38.63

Elaborado por; Carolina Valenzuela

Análisis

En la tabla de costos se detalla cual será el precio de cada servicio que se brindará en la ruta, en la misma también se especifica cuales de estas actividades gravan el 12% de IVA y 10% se servicios.

El costo final incluye: transporte, desayuno, almuerzo, guía, paseo en lancha, break lunch, pan de leche y entradas a sitios programados (Ticket Parque Cóndor, Ticket Museo Arqueológico de Atahualpa y entrada a la Cascada de Peguche).

No incluye entradas a otros sitios, comidas y bebidas extras.

Del costo grupa se obtiene un 5% de imprevistos, y una utilidad del 25%, sumando estos valores, se obtiene un Precio de venta de 359.72, al cual se divide para el número de pax y se obtiene un Precio de venta unitario que se será de \$38.63 por persona.



Tabla N° 35

Costos

Costos 25 pax								
N °	C. servicios	Costos	IVA 12%	Imp. servicio 10%	Costo total	Costo grupal	Frecuencia	Total
1	Transporte	7.60	-	-	7.60	190.00	1	190.00
2	Almuerzo	4.50	0.54	0.45	5.49	137.25	1	137.25
3	Paseo en lancha	2.00	0.24	0.20	2.44	61.00	1	61.00
4	Guía	25.00	3.00	-	28.00	28.00	1	28.00
5	Break lunch	1.10	0.13	0.11	1.34	33.50	1	33.50
6	Degustación de pan de leche	0.60	-	-	0.60	15.00	1	15.00
7	Ticket Parque Cóndor	4.00	-	-	4.00	100.00	1	100.00
8	Ticket Museo A. Atahualpa	1.00	-	-	1.00	25.00	1	25.00
9	Cascada de Peguche	0.50	-	-	0.50	12.50	1	12.50
10	Desayuno	2.00	0.24	0.20	2.44	61.00	1	
							Costo grupal	663.25
							Imprevisto 5%	33.16
							Utilidad del 25%	165.81
							Precio de venta	862.22
							Costo unitario	26.53
							P. de venta unitario	34.46

Elaborado por; Carolina Valenzuela

Análisis

En la tabla de costos se detalla cual será el precio de cada servicio que se brindará en la ruta, en la misma también se especifica cuales de estas actividades gravan el 12% de IVA y 10% se servicios.

El costo final incluye: transporte, desayuno, almuerzo, guía, paseo en lancha, break lunch, pan de leche y entradas a sitios programados (Ticket Parque Cóndor, Ticket Museo Arqueológico de Atahualpa y entrada a la Cascada de Peguche).

No incluye entradas a otros sitios, comidas y bebidas extras.

Del costo grupa se obtiene un 5% de imprevistos, y una utilidad del 25%, sumando estos valores, se obtiene un Precio de venta de 782.92, al cual se divide para el número de pax y se obtiene un Precio de venta unitario que se será de \$34.49 por persona.

CAPÍTULO VI

6.00 Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Tabla N° 36
Recursos

Recursos Humanos	Autoridades Investigador Diseñador gráfico Comunidad
Recursos Tecnológicos	Internet Programas de videos Filmadora Cámara fotográfica
Recursos Materiales	Computadora Hojas Impresora

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

En los recursos humanos se podrá contar con el proyecto será las autoridades, que debe haber una buena comunicación entre ellos y la comunidad, por otra parte estarán las personas que colaboran con los instrumentos de promoción, de la ruta como de diseñador gráfico. Los recursos tecnológicos serán aquellos que aporten al proyecto con tecnología, como una filmadora, los brochures, programas de edición. Los recursos materiales serán los instrumentos que utilizare para la realización del escrito del proyecto

6.02 Presupuesto

Tabla N° 37
Presupuestos

Presupuesto de elaboración de tesis	
Impresiones	6.00
Movilización	45.00
Internet	15.00
Alimentación	20.00
Anillados	22.50
Empastado	38.00
CD	3.00
Subtotal de presupuesto de elaboración	149.50
Presupuesto de aplicación del proyecto	
100 Brochures	95.00
Página web	100.00
Video promocional	25.00
Banner	8.00
Pedestal del banner	5.00
Subtotal de presupuesto de elaboración	233.00

Elaborado por: Carolina Valenzuela

Análisis

En esta tabla se detallaran los costos que se fueron dando en el proceso de la realización del proyecto. La cual fue dividida en:

- Presupuesto de elaboración de la tesis, en la que se detallan gasto como: impresiones, movilización, alimentación, anillados, empastado y CD, dando un total de \$149.50. Los cuales fueron utilizados en la realización del escrito del proyecto
- Presupuesto de aplicación de la propuesta, en la que se detallan gastos como: elaboración de brochures, video promocional, creación de una página web., elaboración de un banner y su pedestal dando un total de \$ 233.00 dólares. Los cuales fueron utilizados en la realización de la propuesta, para la promoción de la ruta turística gastronómica.

6.03 Cronograma

Tabla N° 38
Cronograma

Actividades	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del tema		X																														
Aprobación del tema								X																								
Capítulo I											X																					
Capítulo II												X																				
Capítulo III															X																	
Capítulo IV																			X													
Capítulo V																				X												
Capítulo VI																					X											
Capítulo VII																						X										
Aprobación firmada por el tutor al lector																								X								
Entrega de actas firmadas del lector al consejo de carrera																												X				

TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Análisis

Este cronograma de actividades fue entregado por parte de la dirección de carrera para una mejor organización en cuanto a presentación de escritos a los tutores.

En la tabla se encuentran enlistadas las actividades con las fechas en las que fueron realizadas a lo largo del semestre, actividades como:

- Presentación y aprobación del tema,
- Presentación y aprobación los siete capítulos del proyecto y preliminares,
- Aprobación de tutor (los mismos que fueron entregados y revisados por los tutores), aprobación de lectores,
- Entrega de actas firmadas del lector al consejo de carrera,
- Entrega del archivo final del proyecto escrito a la dirección de carrera,
- Aprobación de horarios de sustentación,
- Entrega de archivos digitales del proyecto escrito al tribunal designado y
- Sustentaciones.

Los cuales fueron presentados ordenadamente hasta el día de la sustentación del proyecto, el cronograma empieza desde el mes de octubre hasta el mes de mayo.

CAPÍTULO VII

7.00 Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Las encuestas dieron como resultado que el proyecto tendrá factibilidad, debido a que la aceptación entre los encuestados.
- En los alrededores del Volcán Imbabura encontramos hermosos paisajes, atractivos turísticos escondidos y una exquisita gastronomía que espera ser visitados por turistas nacionales e internacionales.
- Con la colaboración de las autoridades se logró desarrollar el proyecto de ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura, el cual permitirá el incremento de la actividad turística en la zona.
- La ruta turística gastronómica presentó un grado de aceptación en los turistas según las encuestas aplicadas, sin embargo el éxito de su desarrollo también dependerá de las personas que prestan servicios y sobre todo de la promoción de la ruta, la cual deberá estar en constante innovación.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda a las autoridades dar más apoyo a nuevos planes que puedan ayudar con el desarrollo de la actividad turística en la zona.

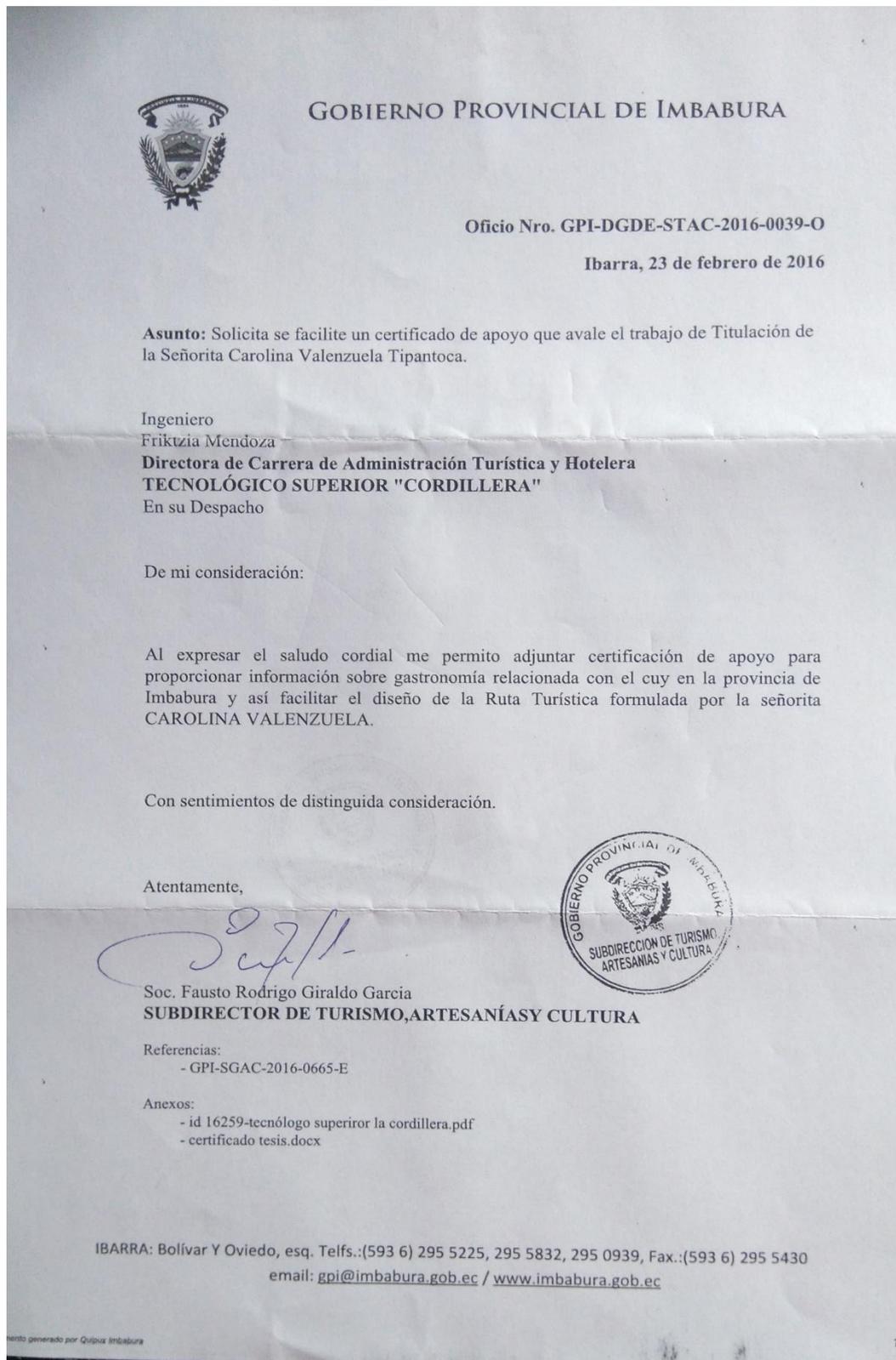
- Se recomienda que existan capacitaciones a las comunidades involucradas, en cuanto a la actividad turística, con el fin de brindar un servicio de calidad a los visitantes de motivar su participación en el desarrollo turístico del sector, el cual será beneficioso para su propia economía.

- Deberían haber una mejor promoción de los atractivos que posee el sector, los cuales serían mejor explotados con un trabajo conjunto entre autoridades y comunidad de este sector. Siendo necesario que estos involucrados, se interesen en impulsar un turismo sustentable de recursos existentes tanto naturales como culturales.

ANEXOS

TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Anexo 1 Carta de aceptación



TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Ibarra a 24 de febrero de 2015

CERTIFICACIÓN

El Sociólogo Fausto Giraldo García, Subdirector de Turismo, Artesanías y Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Imbabura, a petición de la ingeniera Friktzia Mendoza, Directora de Carrera de Administración Turística y Hotelera del Instituto Tecnológico Superior Cordillera CERTIFICO:

Que la Subdirección de Turismo, Artesanías y Cultura de Prefectura de Imbabura apoya el Diseño de una Ruta Turística Gastronómica "El Cuy" en los alrededores del volcán Imbabura propuesto por la señorita VALENZUELA TIPANTOCTA CAROLINA, con número de cedula 172459657-0. El apoyo consiste en proporcionar información con la cuenta esta unidad.

El Interesado puede hacer uso de la presente en el proceso de relación académica.

Atentamente,

Soc. Fausto Giraldo García
SUBDIRECTOR DE TURISMO, ARTESANÍAS Y CULTURA
GAD PROVINCIAL IMBABURA



Referencia: Celular: 0991471217 / mail: fgiraldo@imbabura.gob.ec

TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Anexo 2 Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA

Objetivo; La presente encuesta tiene como objetivo realizar la recolección de información para conocer las necesidades de los turistas, con el fin de realizar una tesis de grado.

NOTA: Marcar con una X su respuesta

EDAD: 18 – 25 ___ 25-35 ___ 36 - 45 ___ 46 - más ___ **GÉNERO:** M ___ F ___

1. **¿Usted ha visitado los alrededores del Volcán Imbabura?**
 a) Si b) No
2. **¿Cómo tuvo información turística acerca de la localidad?**
 a) Agencia de viajes d) Páginas web
 b) Amigos o familiares e) Redes sociales
 c) Publicaciones de revistas o periódicos f) Radio o televisión
3. **Señale el número de veces que usted ha visitado el Lago San Pablo en la Provincia de Imbabura.**
 a) Ninguna c) Dos o tres
 b) Una d) Cuatro o más
4. **¿Con quién ha visitado el lugar?**
 a) Solo c) Con amigos
 b) Con familiares d) Tour
5. **¿Le gustaría recorrer los alrededores del Volcán Imbabura y conocer los atractivos turísticos y gastronómicos cercanos al volcán?**
 a) Sí b) No
6. **¿Conoce o ha escuchado hablar de estos atractivos en los alrededores del Volcán Imbabura?.. Indique cuales con una X**
 a) La Cascada de Peguche e) Iglesia del Señor del Amor
 b) Chaltura f) Museo A. de Atahualpa
 c) Plaza de los ponchos
 d) Parque del Cóndor
7. **¿Estaría usted dispuesto(a) a visitar una ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura?**
 a) Sí b) No
8. **¿En sus visitas al sector ha podido degustar de su gastronomía?**
 a) Sí b) No
9. **¿De qué manera le gustaría recibir información de la ruta turística gastronómica a realizarse alrededor del Volcán Imbabura?**
 a) En folleto con fotografías c) Correos electrónicos
 b) En un video d) Redes sociales
10. **¿Cree usted que la promoción de una ruta turística gastronómica en los alrededores del Volcán Imbabura traería beneficios a los pobladores del sector?**
 a) Sí b) No

Muchas gracias por su tiempo.

Anexo 3 Fotos de lugares a visitar en la ruta

Iglesia de San Antonio



Artesanías de San Antonio



Comedor del Parque del Lago



Volcán Imbabura



Cascada de Peguche



Iglesia del Señor del Amor



Lago San Pablo



Parque Cóndor



Anexos 4 Proforma brochures



IMPRESA OFFSET & PUBLICIDAD

Libros - Revistas - Folletos - Trípticos
Dípticos - Afiches - Flyers - Adhesivos
Facturas - Tarjetas - Encuadernación
Recibos - Invitaciones de Matrimonio
Grado - Cumpleaños - Bautizo - etc.

Impresión en todo tipo de Artículos Publicitarios

Quito, 21 de Marzo 2016

Srta.
Carolina Valenzuela
Ciudad.

La presente tiene por objeto poner en conocimiento de usted el precio correspondiente a la elaboración de materiales impresos cuyas características a continuación se detallan:

100 Cajas publicitarias tamaño A4 abierto en cartulina plegable 0.12 \$95,00
Impresión tiro full color, grafados y doblados

EL PRECIO INCLUYE DISEÑO
EL PRECIO NO INCLUYE EL 12% DEL IVA
FORMA DE PAGO 50% ANTICIPO / 50% CONTRA ENTREGA
OFERTA VÁLIDA: OCHO DÍAS

Atentamente,

José A. Cúñez Y.
GERENTE GENERAL

Dir: Ignacio de Quezada N.25-45 y Munive Telf: 3202 542 / Cel: 0998 037 539 / 0994 523 233

E-mail: grafiprint_ediciones@hotmail.com *Quito - Ecuador

Anexo 5 Proforma diseño de la página web y edición de video

SOFT GO! INFORMATICO		ORDEN DE TRABAJO N° _____
FECHA: _____		F. ENTREGA: _____
ESTADO: _____		
CONTACTO PRINCIPAL:		
NOMBRE: CAROLINA	APELLIDO: WENZELA	
E-MAIL: _____		
CELULAR: _____	TELEF.: _____	
DESCRIPCION:	TIPO: _____	
<p>* PÁGINA WEB BÁSICA ESTUDIANTIL \$100</p> <p>* VIDEO \$25</p>		
FIRMA CLIENTE: _____		
PRECIO: _____	ABONO: _____	SALDO: _____

TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Anexos 7 Realización de la promoción



TEMA: DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA GASTRONÓMICA DEL 'CUY' EN LOS ALREDEDORES DEL VOLCÁN IMBABURA, EN LA PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DAR A CONOCER COSTUMBRES Y GASTRONOMÍA DEL SECTOR

Referencias bibliográficas

Centro de Investigación Sociológicas (2012) Encuesta, Consultado el 15 de febrero del 2016 de http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html

Cegaho blog Montecinos Antonio (2016) Ruta Gastronómica, Consultado el 22 de Abril del 2016 de <https://cegaho.wordpress.com/>

Cempo (2011) Definición de problema, Consultado el 12 de enero del 2016 de <https://sites.google.com/site/disenodeproyectossociales/capitulo-iv>

Crespi Monsterrat y Planells Margarita, (2011), Recursos turísticos, Madrid, Síntesis

Cruz Marco, (2010), Montañas del Ecuador, Dinediciones

De la Torre Padilla, (2012), Turismo actividad mundial. México. Trillas

Definición (2008-2016) Definición de investigación de mercado, Consultado el 14 de marzo del 2016 de <http://definicion.de/investigacion-de-mercado/#ixzz4787vbePM>

Ecostravel, Levantamiento de información turística de la Cascada de Peguche, Consultado el 1 de abril del 2016 de <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/cascada-peguche-otavalo.php>

Ecuador (2010) Actividades Otavalo tradiciones. Consultado el 10 de marzo del 2016 de <http://www.ecuale.com/imbabura/otavalo.php>

Ecuador (2010) Provincia de Imbabura. Consultado el 20 de diciembre del 2015 de

<http://www.ecuale.com/imbabura/>

Enciclopedia virtual Eumet, (2012), definición de ruta turística. Consultado 20 de marzo del 2016 de http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1157/las_rutas_turisticas_como_productoturistico.html

Fuentes Aníbal, (2013), Teoría y desarrollo del turismo en el Ecuador, Quito, Efecto grafico

Guevara Ascanio (2012), Teoría del Turismo, México, Trillas

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, levantamiento de información Lago San Pablo, Iglesia de San Antonio, Museo Arqueológico de Atahualpa e Iglesia del Señor del Amor, Consultado el 1 de mayo del 2016 de <http://www.touribarra.gob.ec/esp/>

Imbabura (2013) Imbabura. Consultado el 10 de enero del 2016 de <https://imbaburita.wordpress.com/cotacachi/tradicion/>

INEC (2010) Estadística de la población de Quito, Consultado el 17 de marzo del 2016 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Mera Carlos (2014) Definición de Ruta turística, Consultado 8 de Enero del 2016 de <http://www.carlesmera.com/2014/04/como-crear-una-ruta-turistica.html>

Metodología de la investigación (2011 -26- 10), definición de investigación exploratoria, Consultado el 10 de abril del 2016 de <http://metodologadelainvestigaciinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

Millan vazquez y Agudo E. (2010), El turismo gastronómico y las denominaciones de origen del sur de España, España, Oleoturismo

MINTUR (2013) Planes estratégicos, rutas turísticas en el Ecuador, Consultado el 15 de enero del 2016 de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf>

MINTUR (2015). Castro de la planta turística de la provincia. Consultado 19 de abril del 2016 de <https://caitn.files.wordpress.com/2015/catastro-turc3adstico-imbabura-2>.

Montesinos Torres (2015) Centro Empresarial Gastronómico Hotelero. Consultado 10 de Enero del 2016 de <https://peregrinogastrofo.wordpress.com/2015/03/16/definicion-ruta-gastronomica-turistica-y-cultural/>

Navarro Chicaiza A. (2013) Creación de una operadora turística como estrategia de difusión de los atractivos turísticos en la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura. Quito

OMT. (2007). Turismo según la OMT. Consultado el 11 de 02 de 2016 Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Panosso A. (2012) Teoría del Turismo. México, trillas

Surtrek (2016) Gastronomía ecuatoriana El Cuy, Consultado 15 de Abril del 2016 de <http://www.surtrek.org/blog/el-cuy-ecuador/>

Romo Martínez Thalía (2012) Guía de turismo, México, 2012, Trillas

Vasquez G. (2010). Ecuador en la Mitad del mundo. Quito. Tallpa