



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**Plan de Promoción de la Ruta Ecológica Yunguilla para el beneficio de la Comunidad en la
Parroquia de Calacalí, Provincia de Pichincha**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención de Título de Tecnólogo en Administración
Turística y Hotelera**

Autor: María Isabel Arechúa Vergara

Tutor: Ing. Ximena Almeida

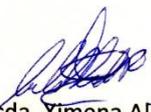
Quito, Abril 2015



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 20 de octubre del 2015

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) ARECHUA VERGARA MARIA ISABEL, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "PLAN DE PROMOCIÓN DE LA RUTA ECOLÓGICA YUNGUILLA EL BENEFICIO DE LA COMUNIDAD EN LA PARROQUIA DE CALACALÍ, PROVINCIA DE PICHINCHA.", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Lcda. Ximena Almeida
Tutor del Proyecto



Ing. Rafael Elizalde
Lector del Proyecto



Ing. Eriktzia Mendoza
Director de Escuela



Ing. Cristian Prado
Coordinador de Proyectos

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

Declaración de autoría del estudiante

Yo, Arechúa Vergara María Isabel, portador de la cédula de ciudadanía N° 120652813-3 declaro bajo juramento que el presente trabajo de investigación de mi autoría, ha sido presentado previamente para mi graduación y calificación profesional, he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el trabajo de investigación, y se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

Quito, Abril 2015

Firma.....

María Isabel Arechúa Vergara

C.C. N° 120652813-3

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **ARECHÚA VERGARA MARÍA ISABEL**.

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 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 Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**Plan de Promoción de la Ruta Ecológica Yunguilla para el beneficio de la Comunidad en la Parroquia de Calacalí**", donde incluye la promoción de la Ruta Turística Ecológica, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se desarrolla la creación de la propuesta, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que ha culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN 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 dar uso de conformidad a la ley, 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 del trabajo por cualquier forma o procedimiento;
- b) La comunicación pública del trabajo;
- c) la distribución pública de ejemplares o copias, la difusión de la propuesta;

- e) La protección y registro en el IEPI de la Ruta, a nombre del Cesionario;
- f) Ejercer la protección jurídica del trabajo investigativo;
- 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: OBLIGACIÓN 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, JURISDICCIÓN 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 lo 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 reconvenición, en caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 22 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) _____

C.C. No. 120652813-3

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida concedida, por haberme guiado en el camino de la humildad y la perseverancia. A la Institución y, cada uno de los docentes dotados de las más grandes cualidades y virtudes destacando su don de personas y su sincera amistad: mi más sincero agradecimiento a la Ing. Ximena Almeida, Tutora del presente trabajo de investigación, quien con su ayuda desinteresada, brindó información relevante y muy cercana a la realidad del proceso de investigación. Lo que permitió fortalecer mis conocimientos y estudios en la formación profesional.

DEDICATORIA

A mis padres y a toda mi familia, quienes han sido el verdadero motivo de inspiración y sacrificio al tener que dejarlos sin poder compartir con ellos momentos de alegría; para llegar hacer un ejemplo de lucha y constancia, siendo ellos mi apoyo en todo momento, gracias a la confianza, amor, seguridad brindados en cada minuto de mi vida. La constancia y perseverancia me permite demostrar que en este mundo todo se puede, que nada es difícil cuando se tiene una decisión firme, lo que me ha permitido culminar con éxito mis estudios y obtener una profesión.

ÍNDICE GENERAL

Portada

Acta de Aprobación del Proyecto de Grado	i
Declaración de autoría del estudiante	ii
Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual	iii
Agradecimiento	vi
Dedicatoria.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Figuras	xiv
Resumen ejecutivo.....	xv
Abstract.....	xvi
Introducción.....	xii
Capítulo I	1
1.0 Antecedentes....	1
1.01 Contexto	5
1.01.01 Regiones Naturales	6
1.01.01.01 Insular	6
1.01.01.02 Litoral o Costa	6
1.01.01.03 Interandina o Sierra	7
1.01.01.04 Amazónica	8
1.01.02 Clima de las Regiones	8
1.01.02.01 Las Islas Galápagos	8
1.01.02.02 La Costa.....	8
1.01.02.03 La Sierra	9
1.01.02.04 El Oriente.....	9
1.01.03 Provincia de Pichincha	10
1.02 Justificación	12

1.03 Definición del problema central	14
1.03.02 Análisis de Matriz T	16
Capítulo II	18
2.0 Análisis de Involucrados	18
2.02 Matriz de análisis de Involucrados	21
Capítulo III	23
3.0 Árbol de Problemas y Objetivos	23
3.01.01 Análisis Teórico de Problemas y Objetivos	25
3.01.02 Análisis Teórico de Problemas	25
3.01.03 Análisis Teórico de Objetivos	26
Capítulo IV	27
4.0 Análisis de Alternativas e Impactos	27
4.02.01 Análisis de Alternativas de Impacto de los Objetivos	29
4.03.01 Análisis del Diagrama de Estrategias	31
4.04 Marco Lógico	31
Capítulo V	33
5.0 Propuesta	33
5.01 Antecedentes de la Herramienta	35
5.01.01 Plan	35
5.01.02 Tipos de Planes	35
5.01.03 Planes Estratégicos	35
5.01.04 Planes Tácticos	36
5.01.05 Planes según el Plazo	36
5.01.06 Promoción	36
5.01.07 Plan de Promoción	36
5.01.08 Marketing	37

5.01.09 Marketing Turístico	37
5.01.10 Demanda Turística.....	37
5.01.11 Definición de Turismo.....	37
5.01.12 Definición de Ruta turística.....	37
5.01.13 Definición de Cultura	38
5.01.14 Ruta Turística Cultural	38
5.01.15 Definición de Ecoturismo.....	39
5.01.16 Plan de Promoción de Ruta Ecológica	40
5.01.02 Análisis FODA	42
5.01.02.01 Análisis Crítico del FODA	44
5.01.03 Instrumento de Investigación.....	44
5.01.04 Población y Muestra	47
5.01.05 Análisis de Resultados.....	48
5.01.05.01 Tabulación de las Preguntas	48
5.01.05.02 Análisis de la Información.....	49
5.02 Descripción de la Herramienta	58
5.02.01 Propuesta para el Plan de Promoción de la Ruta Ecológica.....	60
5.03 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta	61
5.03.01 Marketing Mix.....	61
5.03.02 Ruta Turística	78
5.03.05 Itinerario	79
Capítulo VI.....	85
6.0 Aspectos Administrativos.....	85
6.01 Recursos	85
6.01.04 Recursos Tecnológicos	86
6.01.04 Recursos Materiales.....	87

6.01.04 Recursos económicos	88
6.01.05 Presupuesto.....	88
6.03 Cronograma	89
Capítulo VII	91
7.0 Conclusiones y Recomendaciones.....	91
7.01 Conclusiones.....	91
7.02 Recomendaciones	92
7.03 Bibliografías	94
7.04 Anexos.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 de Escala del Problema Central.....	15
Tabla 2 Definición del Problema Central.....	15
Tabla 3 Mapeo de Involucrados	19
Tabla 4 Matriz de Involucrados.....	20
Tabla 5 Árbol de Problemas	23
Tabla 6 Árbol de Objetivos	24
Tabla 7 Análisis de Alternativas.....	27
Tabla 8 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	28
Tabla 9 Diagrama de Estrategias	30
Tabla 10 Matriz de Marco Lógico	32
Tabla 11 Análisis FODA	43
Tabla 12 Pregunta 1	49
Tabla 13 Pregunta 2....	50
Tabla 14 Pregunta 3.....	51
Tabla 15 Pregunta 4.....	52
Tabla 16 Pregunta 5.....	53
Tabla 17 Pregunta 6.....	54
Tabla 18 Pregunta 7.....	55
Tabla 19 Pregunta 8.....	56
Tabla 20 Pregunta 9.....	57
Tabla 21 Inventario de Recurso.....	79
Tabla 22 Inventario de Planta.....	80
Tabla 23 Itinerario día 1	80
Tabla 24 Itinerario día 2	81
Tabla 25 Itinerario día 3	81
Tabla 26 Itinerario día 4	82

Tabla 27 Servicios que incluye.....	82
Tabla 28 Servicios que no incluye.....	82
Tabla 29 Precios	82
Tabla 30 Qué llevar, qué no llevar	83
Tabla 31 Talento Humano	85
Tabla 32 Recursos Tecnológicos.....	86
Tabla 33 Recursos Materiales.....	87
Tabla 34 Presupuesto.....	88
Tabla 35 Cronograma.....	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figuras 1 Pregunta N° 1	49
Figuras 2 Pregunta N° 2	50
Figuras 3 Pregunta N° 3	51
Figuras 4 Pregunta N° 4	52
Figuras 2 Pregunta N° 5	53
Figuras 6 Pregunta N° 6	54
Figuras 7 Pregunta N° 7	55
Figuras 8 Pregunta N° 8	56
Figuras 9 Pregunta N° 9	57
Figura 10 Acta de Aprobación del Proyecto de Grado	98
Figura 11 Encuesta	99
Figuras 12 Mapa Yunguilla	100
Figuras 13 Mapa Ruta	101
Figuras 14 Tríptico	102
Figuras 15 Ingreso a la Comunidad de Yunguilla	103
Figuras 16 Entrada a la casa albergue	103
Figuras 17 Casa Albergue	104
Figuras 18 Instalaciones de la Casa Albergue	105
Figuras 19 Área de camping	105
Figuras 20 Elaboración de Mermeladas	106
Figuras 21 Taller de Cocina con Productos Locales	106
Figuras 22 Fábrica de Quesos	107
Figuras 23 Tienda Comunitaria	107
Figuras 24 Bosque nublado	108
Figura 25 Caminos Coluncos	108
Figura 26 Camino al bosque Nublado	109
Figura 27 Sendero Pelagallo	110



Figura 28 Orquideario	110
Figura 29 Solicitud de permiso ITSCO	111
Figura 30 Acta de permiso de la comunidad	112

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se concentra en el desarrollo de un plan de promoción de la ruta turística ecológica de Yunguilla con la finalidad de dar a conocer los atractivos turísticos de la comunidad.

La comunidad de Yunguilla debido a su ubicación geográfica es privilegiada por diferentes atractivos turísticos culturales y naturales, los cuales forman parte importante en la entidad del país. Muchos de estos sitios no son conocidos por los turistas, por lo que buscan otras opciones para hacer turismo. Esto afecta a una parte de la comunidad ya que dependen de la visita de los viajeros a su localidad para generar ingresos.

Con la elaboración de un plan de promoción y de un tríptico se busca mostrar a los posibles turistas una alternativa diferente de disfrutar sus vacaciones o días libres, mediante este plan y el material se pretende despertar el interés a los visitantes.

Los resultados que se obtendrá con el plan de promoción e información sobre los atractivos turísticos de la comunidad se enfocaran en metas y estrategias para cada componente referente al producto, precio, plaza y promoción.

ABSTRACT

45 minutes from Quito, beyond parallel 0° and 3,000 meters above sea level, set deep in the lush mountains of the cloud forest, northwest of the Metropolitan District of Quito: Yunguilla.

A picturesque town bordered by the Pululahua towards the Andes and by the Maquipucuna and Pahuma reserves towards the coast. It is more than a community of coal workers who reconverted their source of work; they developed a sustainable ecological and conservationist option, generating a very positive impact for its inhabitants and becoming one of the few communities that develop sustainable community based tourism in Ecuador.

This by no means diminishes the travel experience itself, but rather creates added value beyond leisure, including a learning experience, satisfaction, and participation in environmental protection for tourists.

Tourists actively participate in the day-to-day chores of the community while still enjoying the amazing scenery of the cloud forest. A few of the highlights in terms of activities within this important transition space between the Ecuadorian highlands and coast are: bird watching, adventure tourism, hikes in the cloud forest, and marveling at the area's endemic and varied plant and wildlife.

After enjoying a different and gratifying experience such as this, we ask ourselves, why go to Yunguilla?

It's an easily answered question, which covers everything you'll find when visiting this community based tourism project:

To discover and enjoy different natural sceneries and spaces just a few kilometers from the city's urban center. This is the place for you!

INTRODUCCION

La comunidad se encuentra ubicada a una hora al norte de Quito, en la parroquia de Calacalí, a una altura de 2.750 m.s.n.m. Una parte del área de la comunidad está ubicada en el Bosque Protector de la Cuenca Alta del Río Guayllabamba en la cual se puede conocer cuatro zonas de vida.

La base productiva de la comunidad de Yunguilla tradicionalmente se asienta en las prácticas agrícolas ganaderas y también en la producción de carbón y madera para venta, actividades que por la actualidad están siendo reemplazadas por actividades turísticas.

El presente plan de promoción turístico tiene como finalidad dar a conocer la comunidad de Yunguilla, mediante recursos impresos y tecnológicos con el objetivo principal de incrementar la demanda de visitantes a corto y largo plazo.

La característica principal de este plan de promoción turístico ecológico, es la implantación de material promocional impreso como: trípticos debido a la escasa promoción los cuales limitan el incremento de la demanda turística.

El objetivo principal de ejecutar el plan promocional es posesionarse en el mercado y convertirse a corto o largo plazo en sitios turísticos preferidos a visitar utilizando recursos impresos que permitirán exitosamente a la publicación y distribución de los recursos mencionados.

CAPÍTULO I

1.0 Antecedentes

Tema: Plan de promoción de la Ruta ecológica Yunguilla para el beneficio de la comunidad en la parroquia de Calacalí, Provincia de Pichincha.

En el proceso de desarrollo de la comunidad “Yunguilla”, ubicada en la parroquia Calacalí Pichincha a una hora de Quito, en la vía a Mindo, este verde destino en medio del bosque nublado se encuentra elevado a 2.650 metros sobre el nivel del mar, cerca de la Reserva del Pululahua, donde se han asentado los descendientes de migrantes provenientes de diversos puntos de la Sierra.

Antes de su incursión en el turismo, en el 2000, esta comunidad sufría graves problemas debido a la emigración, la falta de oportunidades de trabajo, la basura, la ganadería mal practicada, la erosión y la deforestación para la producción de carbón. Todo cambió cuando en 1995 se organizaron para rescatar los saberes tradicionales de alimentación y así mejorar la nutrición local y la higiene en el manejo de los alimentos.

Según Germán Collahuazo, un líder del turismo local, esta comunidad hoy recicla la basura, elabora artesanías con papel reciclado, creó un orquídeario y presenta una oferta considerada ejemplo continental por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).

La actividad receptiva apunta a la finca ecoturística Tahuallullo, donde se realizan micro proyectos relacionados con la preparación de productos lácteos, mermeladas, artesanías, viveros forestales y viveros de orquídeas, por lo que el visitante puede participar en estos trabajos.

Otras actividades llevan a convivir con familias de la comunidad, realizar labores de voluntariado, acampar al aire libre, realizar caminatas guiadas por el bosque nublado para observar flora y fauna, y conocer el sendero de los culuncos, caminos preincaicos llenos de historia. (El Universo, 2015)

Título: Yunguilla, 15 años de trabajo comunitario construyendo nuestro modelo de desarrollo local sostenible.

Autor: Luis Germán Collaguazo Vaca

Institución: Universidad Politécnica Salesiana sede Quito

Año de edición: 2012

Conclusión: Del siguiente proyecto se tomara en cuenta el concepto de trabajo comunitario y desarrollo sostenible, para el avance del presente proyecto.

Título: Plan de manejo Yunguilla

Autores: Diana Tamayo, Roberto Ulloa, Christian Martínez

Institución: Conservación Internacional Ecuador 2012

Año de edición: 2012

Conclusión: El siguiente texto contribuirá en el presente trabajo a identificar los posibles problemas que se pueden dar en el aspecto cultural, social y económico.

Título: Áreas Protegidas Municipales en el Distrito Metropolitano de Quito: Declaratoria y Planificación de la Zona de Yunguilla

Autor: Diana Sofía Tamayo Pinto

Institución: Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Año de edición: 2013

Conclusión: La información que nos proporciona el siguiente proyecto, es para incentivar a las personas que se puede vivir del turismo y disfrutar de las áreas protegidas con un sistema sustentable y responsable en cualquier parte del mundo.

Título: Turismo Comunitario en Ecuador, Desarrollo y Sostenibilidad Social

Autor: Esteban Ruiz Ballesteros, Doris Solís Carrión

Institución: Ediciones Abya-Yala

Año de edición: 2007

Conclusión: Del presente libro se tomará en cuenta el concepto de Sostenibilidad social para el desarrollo del presente proyecto.

Título: Yunguilla en la red, una comunidad que avanza

Autor: Rosnny Alvear, Elsa del Salto

Institución: Universidad de Especialidades Turísticas

Año de edición: 2002

Conclusión: Del este contexto tomaremos en cuenta como las comunidades con un poco más de promoción y sustentabilidad pueden progresar si hacer daño al medio ambiente.

1.01 Contexto

“La República del Ecuador, es un país soberano situado en la región noroccidental de América del Sur, con una población de 15.74 millones habitantes y una Superficie de 283.561 km², siendo así un importante exportador de petróleo en la región, además consta como el principal exportador de banano a nivel mundial y uno de los principales exportadores de flores, camarones y cacao.

Es actualmente uno de los países más tradicionales y culturalmente mejores conservados del planeta, tiene 5 nominaciones para el Patrimonio Cultural y natural de la Humanidad. Gracias a la campaña turística "Ecuador ama la vida", la editora Lonely Planet consideró a Ecuador como uno de los lugares más importantes a visitar”. (El Universo, 2015)

El Ecuador, a pesar de ser pequeño en su extensión, dispone de una gran riqueza en biodiversidad, tanto en flora y fauna como la cultura y la tradición de los pueblos ancestrales, riqueza que puede aprovechar, en todo su entorno, para fomentar el turismo comunitario, a fin de desarrollar y obtener ingresos económicos para mejorar el nivel de vida de las familias y pobladores de la comunidad. Nuestro país se encuentra conformado por 4 grandes regiones, diferentes la una de la otra.

1.01.01 Regiones Naturales

1.01.01.01 Insular

“Las Islas Galápagos están formadas por los picos de enormes volcanes subacuáticos. Al no haber estado conectadas con el continente, la flora y la fauna de las islas evolucionaron en total aislamiento. El resultado de esta particularidad fue lo que inspiró la Teoría de la Evolución de las Especies a Charles Darwin”. (GALAPAGOS CRUCEROS, 2015)

Las islas Galápagos a pesar de ser un sistema rocoso, cuenta con un gran potencial turístico, por la belleza paisajística, la existencia de especies marinas endémicas, tales como son las tortugas gigantes, pingüinos, focas, etc. Que existen en el lugar, motivo por el cual es una de las regiones más visitadas por turistas nacionales y extranjeros.

1.01.01.02 Litoral o Costa

“La región de la Costa o Litoral, se encuentra ubicada entre el Océano Pacífico y la cordillera de los Andes, conformada por una franja alargada y estrecha a lo largo de la costa del pacífico ecuatoriano, esta región podría definirse como una combinación de balnearios turísticos, atractivos paisajísticos”. (Ecuador Extremo, 2014)

Considerando que la región de la Costa, constituye uno de los atractivos turísticos importantes del país, la existencia de playas naturales muy atractivas mismas que se las puede visitar mediante un tour por la ruta del sol, motivo por el cual se podrá visitar las playas de Montañita, Villamil, Salinas, Manta, etc. permitiendo disfrutar de una variedad de deportes como ski, pesca deportiva, vólibol, fútbol, etc.

1.01.01.03 Interandina o Sierra

“La sierra zona andina es la región más visitada en todo el Ecuador. Es difícil no enamorarse a primera vista de esta región con sus páramos, sus nevados, sus ruinas incaicas, sus mercados artesanales, su aun floreciente cultura indígena”. (Quito , 2015)

La región sierra o interandina, tiene una riqueza natural como los extensos páramos de la reserva ecológica Cotacachi Cayapas, Cayambe Coca, etc. Las más elegantes y muy vistosas elevaciones como el Cotopaxi, Cayambe, Illinizas entre otros, la existencia de lugares con climas fríos, templado, hace de esta región una maravilla diferente a cualquier otro sector de América y el mundo, así también se puede apreciar el mercado de artesanías en Otavalo mismas que son elaboradas por la población indígena de la ciudad, esta riqueza maravillosa constituye oportunidad única para planificar, proyectos turísticos comunitarios, que permite a los turistas convivir con la población

indígena del campo, y disfrutar de su riqueza cultural propia del sector.

1.01.01.04. Amazónica

“El Oriente ecuatoriano, también conocido como Amazonía, es una región bendecida con algunas de las áreas más prestigiosas y biodiversas del planeta, con una impresionante sinfonía de vida al natural”. (Paucar, 2013)

Considerando que en la Amazonía existe una gran cantidad de bosque natural como el Parque Machalilla, con diferentes tipos y clases de plantas maderables, medicinales, motivo para que se promueva proyectos de desarrollo turístico, a fin de atraer a los turistas nacionales y extranjeros, para que puedan conocer los secretos de las plantas medicinales, de la riqueza natural de la flora y fauna propia del lugar, conocer y convivir la riqueza cultural de las poblaciones indígenas que habitan en el sector.

1.01.02. Clima de las Regiones

1.01.02.01 Las Islas Galápagos: “Disfrutan de un clima seco durante todo el año con una temperatura promedio de 28 grados Celsius (85 grados Fahrenheit)”. (Halberstadt, 2015).

1.01.02.02 La Costa: Aquí el clima es muy cálido con temperaturas que oscilan entre 25 y 31 grados Celsius (76 a 90 grados Fahrenheit) durante todo

el año. La estación lluviosa, que va de diciembre a mayo, es cálida y muy húmeda. La estación seca, realmente no lo es tanto. (Halberstadt, 2015).

1.01.02.03 La sierra: En Ecuador el clima es menos cálido de lo que muchos pudieran esperar. Particularmente en los Andes las temperaturas varían en dependencia de la altitud y la época del año. En Quito estas oscilan entre los 7, en la noche, y los 26 grados Celsius en el día (55 a 78 grados Fahrenheit), con una temperatura promedio de 15 grados Celsius (64 grados Fahrenheit). (Halberstadt, 2015).

1.02.02.04 El Oriente: Por lo general tiene un clima cálido, húmedo y lluvioso. La temperatura promedio varía entre los 23 y los 26 grados Celsius (72 a 80 grados Fahrenheit). El período más seco va de noviembre a febrero, pero varía según las subregiones. (Halberstadt, 2015).

1.01.03. Provincia de Pichincha

La provincia de Pichincha que pertenece a la región interandina o sierra está conformada por ocho Cantones.

En la provincia de Pichincha tenemos a Quito, formalmente con el nombre San Francisco de Quito, es la capital de la República de Ecuador es la segunda ciudad más poblada. Además es cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito. Actualmente es considerada la capital económica del país, es el centro político de la República, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, y financieros.

Está ubicada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la parte occidental de los Andes y su altitud promedio es de 2800 msnm. La ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios. Cada una de estas entidades y Distritos Metropolitanos tienen un Gobierno Autónomo Descentralizado, encargado de ejecutar políticas dentro de su ámbito. (Quito , 2015)

En el sector Norte de Quito encontrará una gran variedad de atractivos turísticos, como el pequeño poblado de Mindo y el Bosque Nublado que lo rodea, la turística Ciudad Mitad del Mundo hasta aproximarse al centro de la ciudad llegando al límite donde termina la ciudad moderna y comienza la antigua ciudad de Quito.

Al interior de un bosque nublado y a unos 40 minutos de la ciudad de Quito, se encuentra la comunidad rural Yunguilla, parte de la parroquia de Calacalí, Administración Zonal La Delicia, en la zona noroccidental del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ). El área natural de Yunguilla se extiende desde 1500 a 3150 metros de altura sobre el nivel del mar y forma parte de la subcuenca del Río Guayllabamba. Los límites territoriales del área natural son: por el lado norte, El Golán y La Loma; al sur, el Río Blanco; al oeste, el Bosque Protector de la Cuenca Alta del Río Guayllabamba; y por el este lindera con la Reserva Geobotánica Pululahua y el Bosque Protector “Flanco Oriental del Volcán Pichincha y Cinturón Verde de Quito”.

La población de Yunguilla tiene antecedentes mestizos y está conformada por 62 familias y 250 habitantes, según el censo interno realizado en 2007 (véase Conservación Internacional, 2012). Al igual que en otras zonas rurales, en las últimas décadas se ha producido una fuerte emigración hacia las ciudades cercanas (Calacalí y Quito), puesto que, en el caso de la juventud, no se vislumbraban posibilidades económicas dentro de la comunidad. Los habitantes de Yunguilla cuentan que, alrededor de 100 personas han dejado la comunidad; la mayoría de ellos trabajan como empleados y algunos tienen panaderías, entre otras actividades económicas. Gracias al proyecto comunitario actual, este “éxodo rural” ha podido disminuir y aunque muchos jóvenes salen a estudiar a Quito, se espera involucrarlos al trabajo comunitario tras haber terminado su formación académica.

1.02 Justificación

“A tan sólo una hora y media de la capital ecuatoriana está la comunidad de Yunguilla, en la Parroquia de Calacalí Provincia de Pichincha. Con aproximadamente 3000 hectáreas de extensión, se encuentra asentada en un punto geográfico de gran importancia histórica la Línea Ecuatorial Paralelo 0°, su actividad económica es agroecología, conservación del bosque y remanentes, regeneración del paisaje y al ecoturismo comunitario como acciones estratégicas para el manejo y el desarrollo de la zona.

” (Corporación Nacional de Bosques y Reservas Privadas del Ecuador, 2015)

Para el presente proyecto de I+D+I, se plantea la promoción de la ruta turística ecológica para el beneficio de la comunidad de Yunguilla, como un producto turístico ecológico, debido a que se encuentra en este lugar con una riqueza geográfica, natural, paisajística propia del lugar, este sitio se dará a conocer espacios de recreación, tales como: caminatas por el Bosque Nublado, observación de aves y acciones para conocer y compartir la vida de una comunidad campesina y sus actividades productivas de elaboración de mermeladas, quesos, artesanías, producción de orquídeas y viveros forestales, además de convivir con las familias del sector, que proveen de alimentación y alojamiento a los visitantes.

Así mismo el cual ofrece un programa de voluntariado dirigido a nacionales y extranjeros, quienes pueden integrarse en las actividades comunitarias y de la

reserva, ya sea en conservación e investigación ambiental, educación ambiental, ecoturismo, y apoyo a la producción; que incluye la participación en actividades agroecológicas en las fincas de las familias, otro de los sitios es la ruta que es el mirador del Chochal donde se observa las montañas que rodean al pueblo, una variedad de actividades desde la observación de aves, de la flora y fauna característica del bosque nublado. Posteriormente, y subiendo en camioneta se llega a las entradas de los denominados colungos que son caminos bajo la tierra. En una caminata, por más de una hora, por los estrechos caminos de tierra se conoce la diversidad de vegetación. Estos son los únicos vestigios que quedan de los yumbos. Por estos caminos sus descendientes se dedicaron al intercambio de alimentos como pescado, yuca y también al contrabando de aguardiente.

1.03 Definición del problema central (Matriz T)

La comunidad Yunguilla, posee una riqueza natural geográfica, con espacios recreativos, con lugares históricos, pero la población no cuenta con procesos organizativos que les permita promover proyectos de desarrollo turístico; la poca visión de planificación turística como política de la población, el desconocimiento de los atractivos turísticos que ofrece el lugar; la comunidad no cuenta con una ruta turística técnicamente planificada, que apoye a la conformación de una guía que une los puntos turísticos ubicados en este espacio geográfico.

En el sitio de la comunidad existen iniciativas y espacios turísticos contruidos por personas naturales, con fines comerciales y no de un colectivo comunitario; más aún son espacios turísticos que no disponen de una visión técnica estructurada sino más bien con un manejo práctico, pero lamentablemente la falta técnica y de recursos económicos, la desorganización de la comunidad, es motivo por el cual no se han podido difundir estos atractivos para poder visitarlos con facilidad.

1.03.01 Definición del problema central (Matriz T)

Tabla N° 1

Escala

1	Baja
2	Medio Bajo
3	Medio
4	Medio Alto
5	Alto

Tabla N° 2

SITUACIÓN EMPEORADA	Incremento del Ingreso de turistas nacionales y extranjeros.				SITUACIÓN MEJORADA
FUERZAS IMPULZADORAS	I	PC	I	PC	FUERZA BLOQUEADA
Elaboración de un Plan promocional adecuado de la Ruta Ecológica Yunguilla	5	4	4	5	Inexistencia de un plan de Promoción de la ruta Ecológica Yunguilla
Mejoramiento de la infraestructura	3	3	4	4	Infraestructura inadecuada
Que los turistas tengan interés en conocer la comunidad	4	4	4	4	Satisfacción de los Turistas nacionales y extranjeros
Que los turistas tengan mejor información sobre los lugares y miradores que les ofrece la ruta ecológica Yunguilla	4	3	4	4	Falta de capacitación para los habitantes de la comunidad
Descripción de los principales lugares donde se puede visitar en la Comunidad	4	3	4	4	Enlistar las rutas conocidas y las posibles rutas nuevas
Hacer un inventario de los atractivos	4	3	5	3	Inexistencia un inventario de planta y recursos turísticos

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

1.03.02. Análisis de Matriz T

Una vez que se ha llegado a la identificación del problema central Inexistencia de un plan de Promoción de la ruta Ecológica Yunguilla, se aplicará una solución principal a la situación empeorada la cual es la inexistencia de una promoción adecuada de la comunidad.

El identificar los atractivos turísticos con los que cuenta la comunidad tiene una intensidad media y genera un potencial de cambio alto, ya que la comunidad cuenta con varios lugares turísticos de renombre.

Las fuerzas impulsadoras son puntos que ayudaran a la mejoría y apogeo de la comunidad, pero además encontramos a las fuerzas bloqueadoras que son una serie de conflictos que nos impedirán la solución rápida del problema.

Una opción que tenemos para poder saber que tan grave o que tan fácil son los problemas, son el Potencial de Cambio que es una forma de medir las facilidades y beneficios que se van a obtener en el momento de aplicarlas y la Intensidad mide el cambio o perjuicio que van a tener las fuerzas impulsadoras y bloqueadoras.

Elaboración de un Plan promocional adecuado de la Ruta Ecológica Yunguilla:

Al fomentar un buen plan de promoción a la ruta ecológica ayudara a incrementar la afluencia de turistas en la comunidad y por ende ingresos económicos el cual será beneficio para la ruta y la comunidad. Pero en cambio la Fuerza bloqueadora que es

la Inexistencia de un plan de Promoción de la ruta Ecológica Yunguilla por falta de recursos económicos.

Mejoramiento de la infraestructura: Como segunda fuerza impulsadora es el Mejorar la infraestructura con el avance de dar un mejor servicio a los turistas y así se va a propagar la información de la existencia de este sitio de una a otra persona a esto se lo conoce como el Marketing de Boca a Boca el cual es muy popular en la actualidad. Pero en cambio está la fuerza bloqueadora que es la falta de recursos económicos.

Que los turistas tengan interés en conocer la comunidad: con el plan de promoción se pretende llamar la atención no solo de los turistas extranjeros si no de los turistas nacionales, ya que hay muchas personas que no tienen idea de dónde queda ubicada la comunidad, y a su vez queden satisfechos con nuestros servicios.

Que los turistas tengan mejor información sobre los lugares y miradores que les ofrece la ruta ecológica Yunguilla: para esto se contara con una excelente capacitación a los habitantes de la comunidad por parte de los guías certificados que se encuentran en la corporación.

Descripción de los principales lugares donde se puede visitar en la Comunidad: se realizará un inventario de los atractivos y de la ruta establecida para brindar mejor información al turista nacional y extranjero.

Hacer un inventario de los atractivos: se renovara el inventario de planta y recursos turísticos para poder dar una mejor atención y los turistas tengan claro lo que la comunidad en si ofrece.

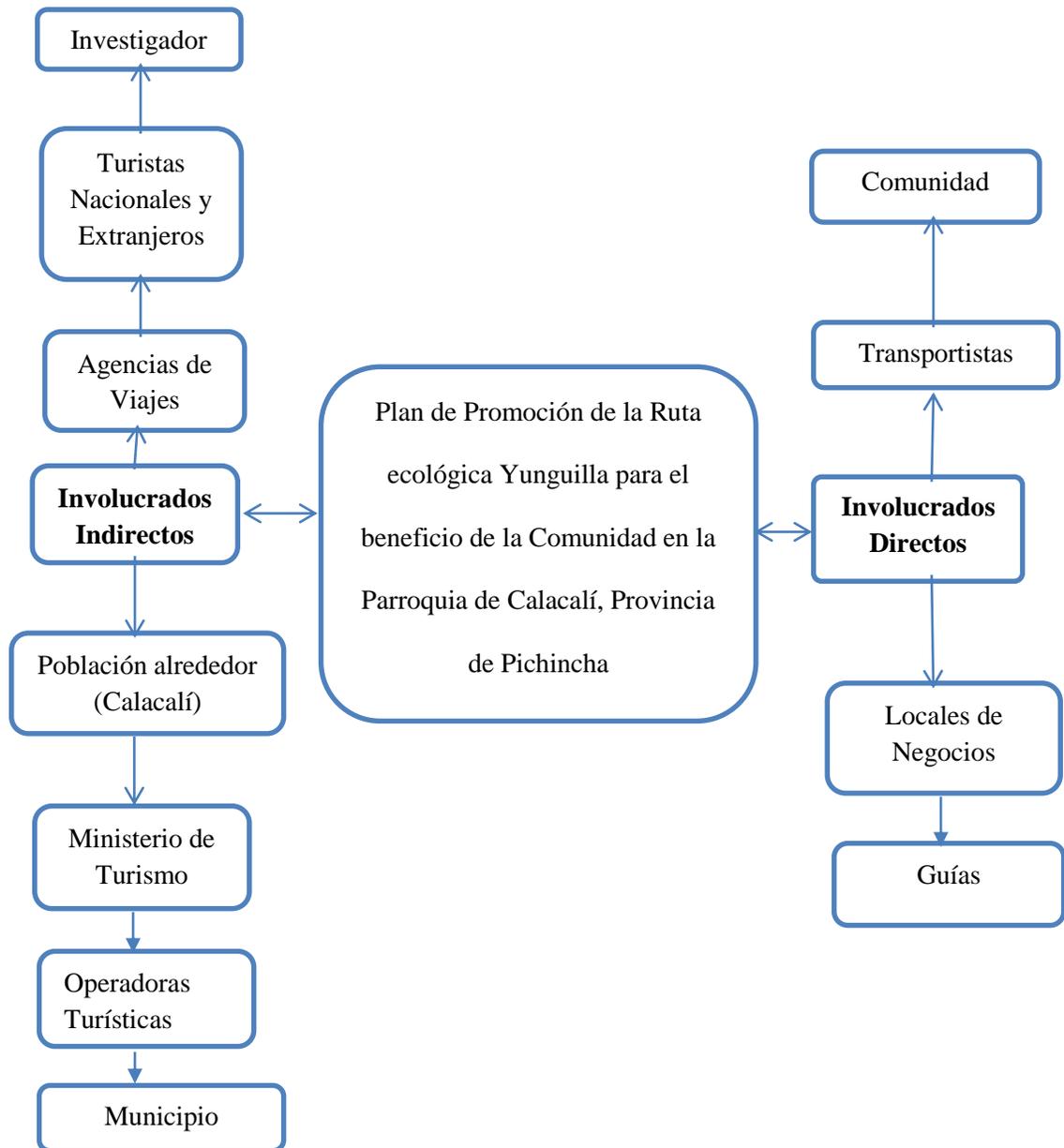
CAPÍTULO II

2.0 Análisis de Involucrados

Los involucrados son personas, instituciones o grupos sociales afectados por un problema en su entorno, y para dar solución a esos problemas se deberá planificar y reunir a la población para brindar capacitación sobre un turismo responsable y puedan brindar servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros.

2.01 Mapeo de Involucrados

Tabla N° 3



Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Tabla N° 4 Matriz de involucrados

BENEFICIARIOS	DIRECTOS	INDIRECTOS	SUB TOTAL %
Investigador		✓ 10%	10%
Turistas Nacionales y Extranjeros		✓ 5%	5%
Agencias de Viajes		✓ 5%	5%
Población (aldeñas Calacalí)		✓ 5%	5%
Ministerio de Turismo		✓ 5%	5%
Comunidad	✓ 25%		25%
Municipio		✓ 10%	10%
Locales de negocios	✓ 20%		20%
Transportistas	✓ 5%		5%
Operadoras Turísticas		✓ 5%	5%
Guías	✓ 5%		5%
Total General %			100%

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

2.02 Matriz de análisis de involucrados

“El análisis de involucrados es una herramienta que permite identificar los actores sociales más importantes de un proyecto, actores que pueden pertenecer al sector privado o de una institución pública, que constituyen la base para la implementación de una inversión económica, de igual manera los involucrados son las instituciones, empresas públicas o privadas, organizaciones y personas que tienen un grado de influencia relevante en la ejecución de una intervención, los involucrados también es la población afectada directa o indirectamente por un problema”. (MEDIANERO, 2011)

Se considera que la comunidad deberá ser el principal involucrado directo debido a los diferentes sitios naturales y culturales que se encuentran en el sector, dando importancia a la comunidad se ha previsto crear una ruta turística cultural para brindar una atención de calidad a los turistas nacionales y extranjeros, a fin de mejorar el desarrollo y la economía de la organización comunitaria.

Los locales de negocios serán los segundos involucrados directos, porque con la creación de la ruta turística incrementará el número de turistas en la comunidad, por lo tanto dichos negocios podrán ofertar sus productos y artesanías para lograr un mejor nivel de vida. De igual manera los transportistas serán los terceros involucrados directos, puesto que ellos son los que brindarán los servicios de transfer in/out a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el lugar.

En el estudio de la matriz se toma en cuenta al primer involucrado indirecto a los turistas nacionales y extranjeros porque tienen la oportunidad de conocer nuevos lugares turísticos y convivir con las costumbres y tradiciones de la comunidad. A continuación se realiza el análisis en relación al segundo involucrado indirecto, que son las instituciones quienes motivan a los estudiantes tener un mejor valor y cuidado del entorno natural y llevan conocimientos de aprendizaje en beneficio de su futuro y fomentar nuevas estrategias para incrementar el turismo en el sector.

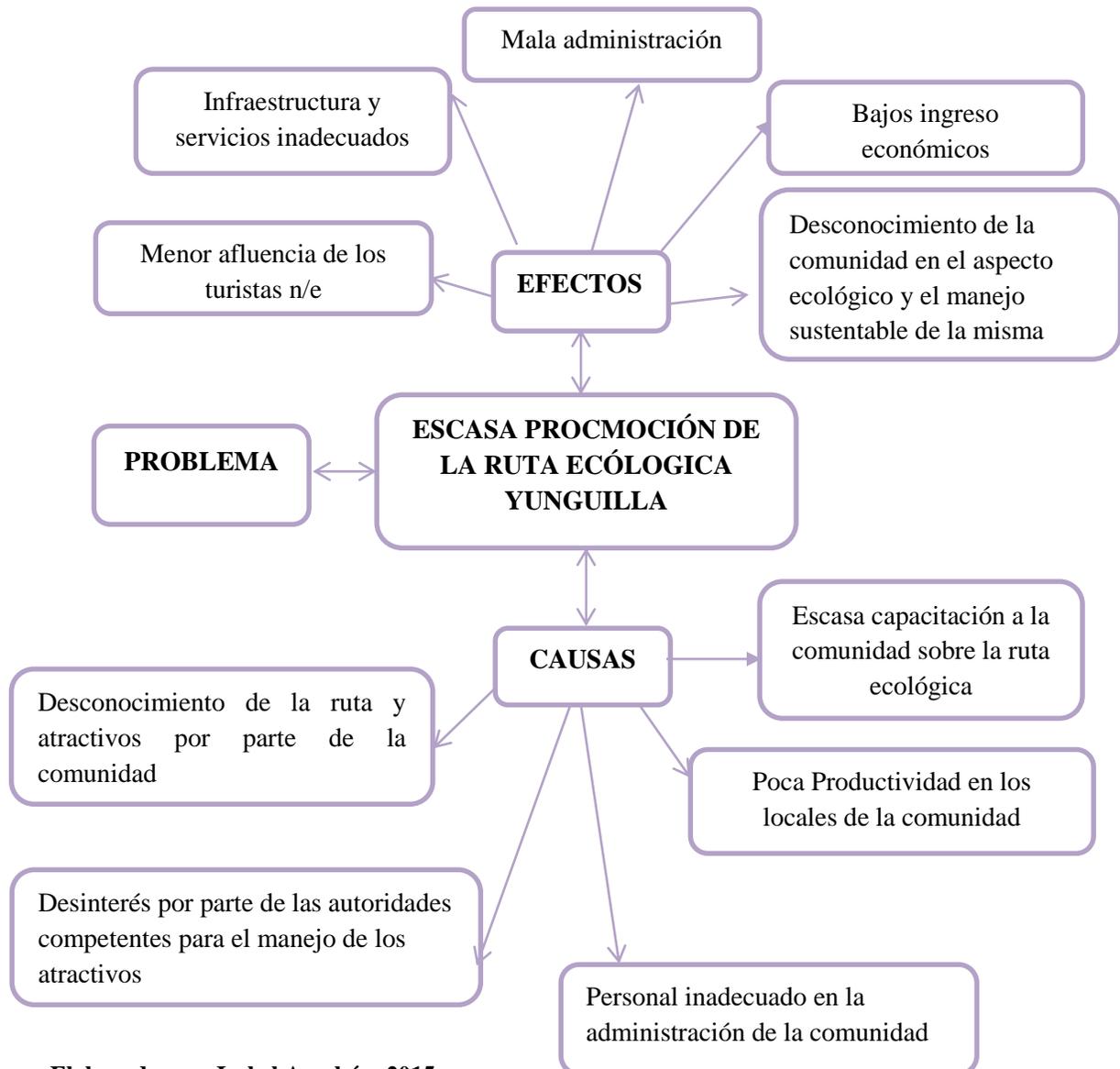
Con el análisis realizado se puede ver que los terceros involucrados serán las Agencias de Viajes y las Operadoras Turísticas debido a sus diferentes convenios con instituciones que se encargan de promocionar la Ruta Turística y sus diferentes atractivos que posee la comunidad. De igual forma los involucrados indirectos serán el Municipio y el Ministerio de turismo porque son los encargados de conceder y facilitar los permisos adecuados para el funcionamiento legal de la ruta. También se encuentra el investigador como involucrado indirecto debido a que será el encargado de hacer el estudio de la ruta y gestionar para brindar capacitación a los pobladores del sector.

CAPÍTULO III

3.0 Árbol de problemas y objetivos

3.01 Árbol de problemas

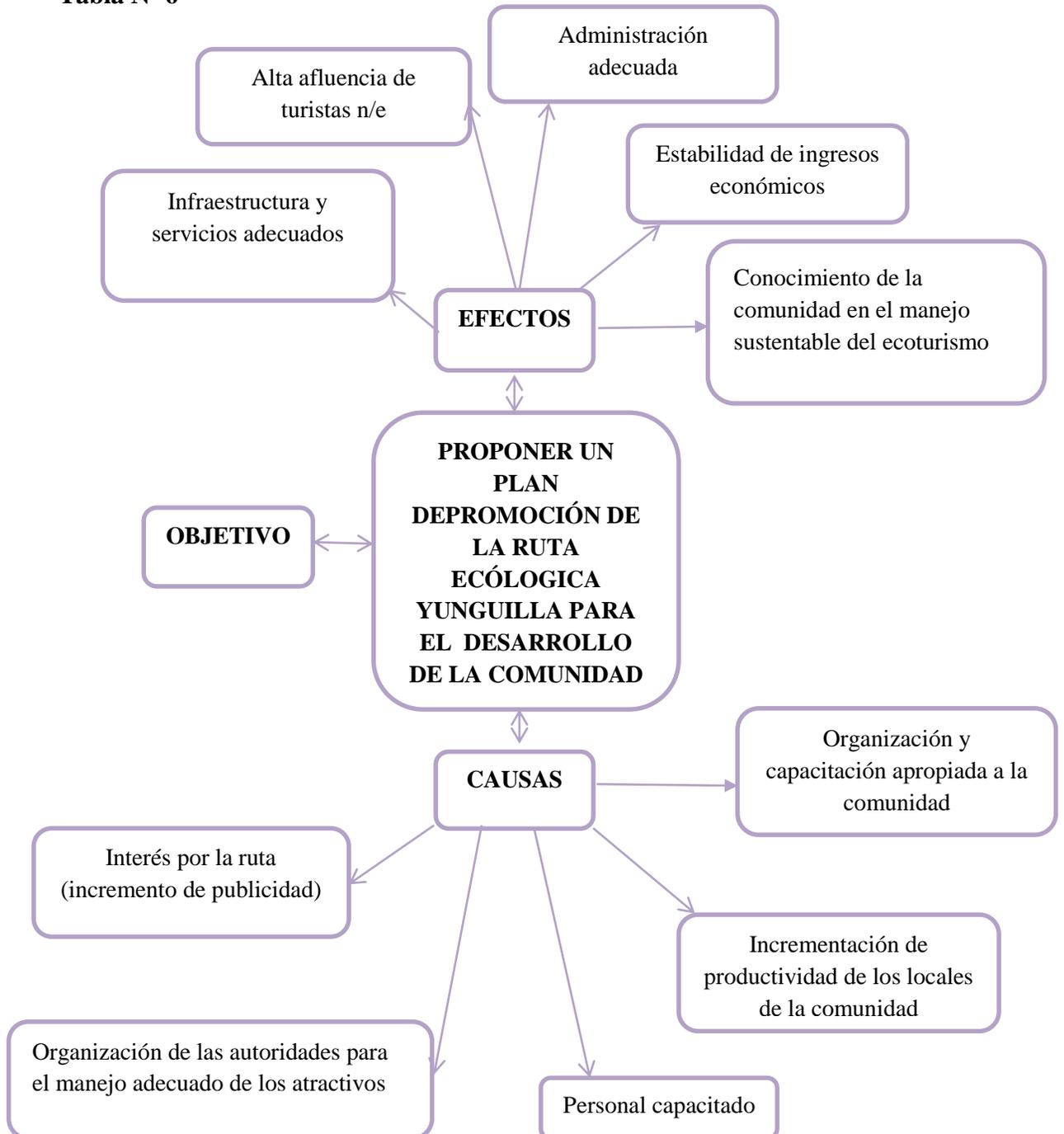
Tabla N° 5



Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

3.02 Árbol de Objetivos

Tabla N° 6



Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

3.01.01 Análisis teórico de problemas y objetivos

“El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa o problema central lo cual se intenta solucionar mediante la intervención del proyecto utilizando una relación de tipo causa y consecuencia, mientras que los objetivos pueden ser realistas es decir se pueden alcanzar los objetivos dentro de las condiciones generales dadas, siendo eficaz para resolver los problemas presentes y coherente para cumplir con lo propuesto”. (AUMED, 2014)

3.01.02 Análisis teórico de problemas

De la presente investigación se ha podido identificar los siguientes problemas, como principal causa es la despreocupación de las autoridades y en consecuencia insatisfacción de turistas nacionales y extranjeros, al no existir recursos dentro de la comunidad posee un bajo nivel de vida en la población. También el poco interés de las empresas en difundir sus artesanías se obtiene bajos ingresos económicos y el nivel de vida de los pobladores cada vez es más crítico, pero lamentablemente por el desconocimiento de la comunidad ante la técnica de presentar una propuesta turística se ha tenido el desinterés de los visitantes nacionales y extranjeros.

3.01.03 Análisis teórico de objetivos

En el análisis teórico de objetivos se tendrá el apoyo de las autoridades Y se logrará obtener una mejor atención para la satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros, de igual manera con la existencia de recursos económicos se obtendrá un mejor nivel de vida y así la comunidad podrá desarrollarse tanto en lo económico como en lo habitual, también es importante el interés de las empresas de difundir sus artesanías y lograr que los visitantes puedan adquirir de ellas y tener una estabilidad de ingresos económicos para la comunidad y generar más empleo a los pobladores del sector, de igual forma con el conocimiento de la comunidad en las diferentes áreas de turismo y atención al cliente se logrará un mejor interés por los turistas nacionales y extranjeros y así puedan quedar satisfechos por el servicio y sigan recomendando a más turistas.

CAPITULO IV

4.0 Análisis de alternativas e impactos

“El análisis de alternativas es un conjunto de técnicas usadas para aplicar criterios de selección de los objetivos específicos a preferencia. Es decidir sobre las alternativas que pasan al proceso de preparación del proyecto va después de haber identificado los objetivos específicos que podrían contribuir o solucionar el problema o necesidad, se requiere determinar las soluciones que realmente puedan ser llevadas a cabo por la institución ejecutora y descartar el resto, de acuerdo con criterios previamente definidos por el formulador del proyecto”. (DNP, 2013)

4.01 Análisis de alternativas

Tabla N° 7

Rangos	
1-5 muy bajo	6-11 bajo
12-20 alto	21-25 muy alto

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

4.02 Matriz de Análisis de impacto de los objetivos

Tabla N° 8

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Rango
Diagnosticar la problemática de la comunidad para la difusión de los atractivos Turísticos.	4	3	3	4	3	17	Alto
Desarrollar la Propuesta de la Ruta Turística para mejorar la estabilidad de ingresos y mejorar el nivel de vida de los pobladores	4	3	3	4	3	17	Alto
Planificar el Plan de promoción para Incrementar y satisfacer la demanda de turistas nacionales y extranjeros	4	3	3	3	3	16	Alto
Fortalecer la Organización Comunitaria y desarrollar actividades recreativas y Culturales	3	3	3	4	3	16	Alto

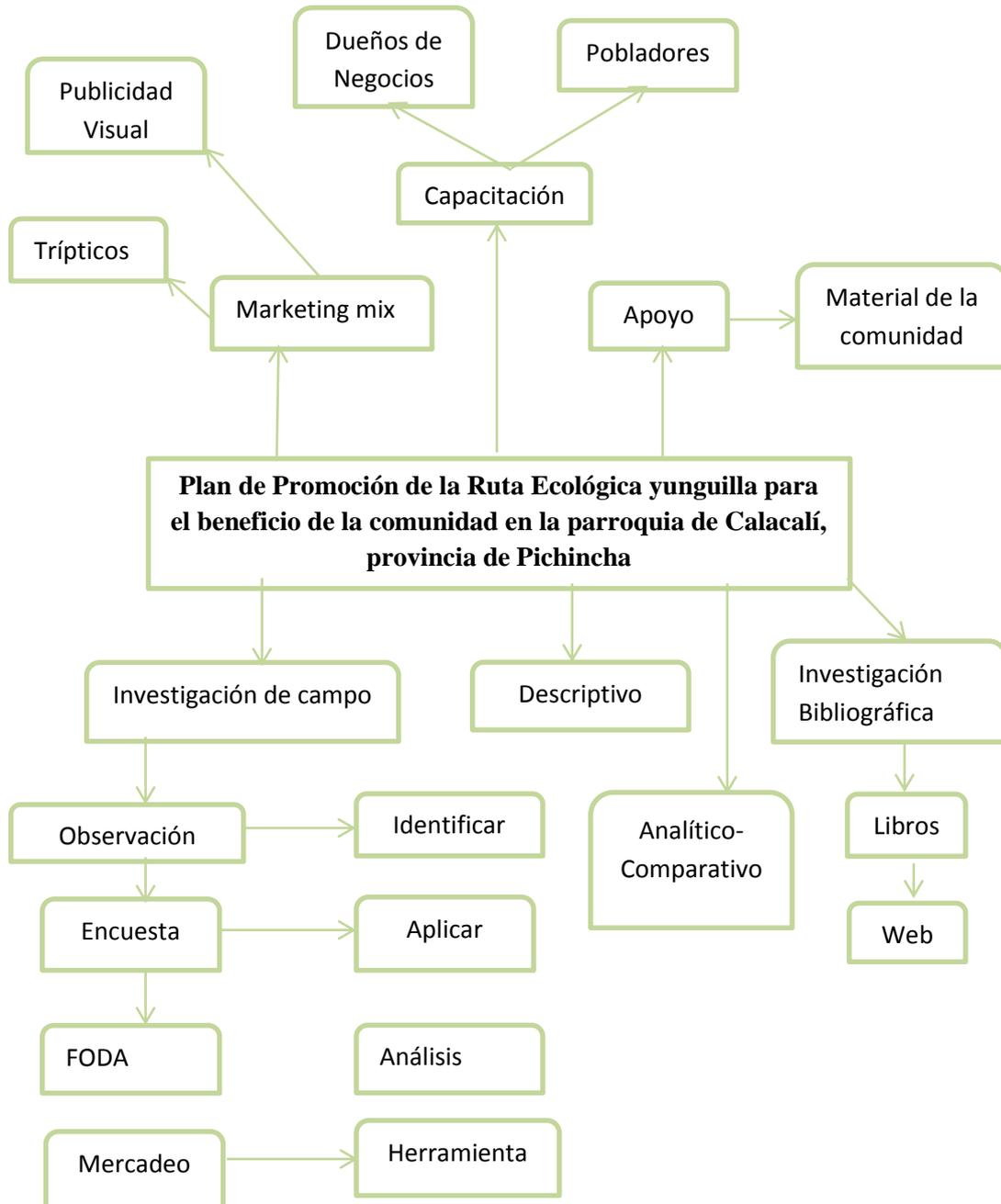
Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

4.02.01 Análisis de alternativas de impacto de los objetivos

En el presente análisis elaborado se podrá identificar que todos los objetivos son de categoría alta debido al interés de la comunidad de promocionar y brindar nuevas alternativas de esparcimiento a los turistas nacionales y extranjeros, con el apoyo de las Autoridades y a las diferentes asociaciones, con esto se puede decir que el proyecto está en un rango de posibilidad para lograr la ejecución y llevar a cabo lo propuesto y conseguir que la comunidad tenga un mejor nivel de vida aprovechando la riqueza paisajística propia del lugar.

4.03 Diagrama de estrategias

Tabla N° 9



Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

4.03.01 Análisis del diagrama de estrategias

“Esta es una estrategia que se basa en la construcción de un esquema o diagrama que permite mostrar los cambios en las características de una variable de incrementos o decrementos que ocurren en función del tiempo de manera secuencial, este diagrama generalmente se acompaña con una tabla que resume el flujo de variable”. (AURIS, 2010)

Mediante la investigación de campo se alcanzará observar e identificar las falencias y debilidades de los atractivos turísticos y gastronómicos de la comunidad y con esto se logrará hacer una encuesta a la población de Calacalí sobre las preferencias y necesidades puestas en consideración de la ruta y así poder dar un mejor servicio con garantía y calidad a turistas nacionales y extranjeros.

4.04 Matriz de marco lógico

“El Marco Lógico es una técnica para la conceptualización, diseño, planificación, ejecución y evaluación de programas y proyectos, identificado un problema de desarrollo, se pretende resolver el mismo mediante un proceso racional, que encadene los distintos niveles de objetivos (largo, mediano y corto plazo), sus respectivas estrategias y tácticas e indicadores para medir claramente el logro de esos objetivos”. (CONCHA, 2011)

4.04.01 Matriz de marco lógico

Tabla N° 10

Finalidad	Indicadores	Medio verificación	Supuesto
Plan de promoción de la Ruta Ecológica para el desarrollo de la comunidad de Yunguilla	Lograr el interés de los turistas nacionales y extranjeros	Verificación y satisfacción	Inversión de empresas privadas
Propósito Incrementar la demanda de turistas nacionales y extranjeros	Mejorar el desarrollo económico de la población	Brindar más fuentes de empleo a la población	Trabajo comunitario
Componentes Capacitar y motivar a la Comunidad	A la población y dueños de negocios	Mejorar la calidad de vida con nuevas oportunidades laborales	Apoyo profesional Apoyo de gobierno
Actividad Visitas de campo Observación Encuestas	Formular la investigación mediante un FODA	Mejoramiento en el desarrollo de la investigación	Apoyo de la población

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

CAPÍTULO V

5.0 Propuesta

Plan de promoción de la Ruta Ecológica Yunguilla para el Beneficio de la Comunidad en la Parroquia de Calacalí, Provincia de Pichincha.

Datos informativos

Nombre de la Parroquia en la que se ejecutara el plan de promoción.

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Parroquia: Calacalí

Dirección: Yunguilla

Para la ejecución del presente proyecto se realizó una visita de campo, aplicación de encuestas con el objetivo de identificar el estado actual de la comunidad. Esto permitió detectar como problema limitado el desarrollo de la actividad turística, causado por la desmotivación de las autoridades públicas y privadas.

Para ello se consideró conveniente realizar un plan de promoción turístico que permita implementar el desarrollo de la actividad turística de la Comunidad de Yunguilla, motivo por el cual se planteó presentar modelo de material promocional como: trípticos para captar la atención del turista

mediante la promoción de los atractivos y las actividades que pueden desarrollar en este sector.

El Tríptico comercial o más conocido como tríptico promocional es una guía informativa que promociona detalles de atractivos turísticos, actividades que se pueden desarrollar, localización y contactos.

Un tríptico promocional turístico incluye información específica para cautivar al viajero, los datos más relevantes pueden ser:

Información

Portada del tríptico:

Logotipo identificativo

Interior del tríptico:

Breve reseña histórica

Servicios apoyados con fotografías y gráficos

Argumentos de interés determinados en orden

Contraportada del tríptico:

Logo tipo de la empresa

Localización

Teléfonos

Contactos

Otro dato importante es que el tríptico de promoción turística está realizado para acompañar a los turistas en sus viajes, ya que suelen tener tamaños pequeños o medianos.

La intención de crear un plan de promoción turística son las soluciones que ofrecen, a su vez logrando mantenerse en el tiempo y ser sostenible para un futuro mejor utilizando sus propios medios.

5.01. Antecedentes de la herramienta

5.01.01. Plan

Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

(Definición.de, 2015).

5.01.02. Tipos de planes

Según los aspectos que desarrollen y cuales sean sus objetivos, los planes pueden clasificarse en ocho grupos o tipos.

5.01.03. Planes estratégicos

Son planes que se aplican a toda la empresa. Su función consiste en regir la obtención, uso y disposición de los medios necesarios para alcanzar los objetivos generales de la organización. Estos planes son a medio o a largo plazo. (Definición.de, 2015).

5.01.04. Planes tácticos

Se refiere al modo en que se puede desarrollar una estrategia en un periodo de tiempo determinado. (Definición.de, 2015).

5.01.05. Planes según el plazo: se distinguen:

- Los planes a largo plazo, que son aquellos en los que el objetivo se cumplirá más allá de los tres años.
- Los planes a medio plazo, que son aquellos en los que el objetivo se cumplirá entre uno y tres años.
- Los planes a corto plazo, que son aquellos en los que el objetivo ha de cumplirse como máximo en un año.

5.01.06. Promoción

Según (Farber & Bonta, 2002), la promoción es el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados". (pág. 12)

5.01.07. Plan de promoción

Es un Proyecto, proceso, método, que utiliza técnicas e investigaciones para llegar al alcance de objetivos a través del tiempo con el fin aportarlos a la sociedad.

5.01.08. Marketing

Desde el punto de vista descriptivo, por marketing se entiende a la ejecución de investigaciones de mercado que conllevan actividades comerciales en caminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor. (Region.com, 2015).

5.01.09. Marketing turístico

Se denomina a la investigación que da soporte profesional a la promoción turística.

5.01.10. Demanda turística

Es el conjunto de servicios y bienes que dispone un sector turístico los cuales están a disposición de los turistas que se encuentran en este sitio como consumidores de estos bienes. (Ventura, 2011).

5.01.11. Definición de turismo

Según datos del Ministerio de turismo define al turismo como: “un fenómeno social, cultural y accesible para un desarrollo de la sostenibilidad ambiental, y minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible, relacionado con el movimiento de las personas y lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios”. (MINISTERIO DE TURISMO, 2010)

5.01.12. Definición de ruta turística

Según la obra, Geografía de Circuitos Turísticos, define a la ruta turística como “una vía que conecta zonas con diversos recursos o atractivos

turísticos con un objetivo específico para el turista que la sigue, con el fin de admirar paisajes, recordar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado conectando zonas con diversos atractivos”. (VILLACIS, 2013).

5.01.13. Definición de cultura

“Es un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. (CULTURA Y PATRIMONIO, 2011).

5.01.14. Ruta turística cultural

“Es aquel tipo especial de turismo que incorporé los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Busca rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado”. (UNESCO, 2008)

Según la definición planteada por el autor, es muy importante y urgente la promoción de la ruta ecológica, con el fin brindar una atención de calidad al

turista nacional y extranjero que visite el lugar y disfrute de los lugares culturales, naturales y recreativos de este hermoso sector de Calacalí.

La planificación, ejecución, organización y administración de la ruta turística, permite la organización y optimización del tiempo de los turistas, de las visitas a un mayor número de lugares que directamente pueda observar, palpar y vivenciar con la cultura de sus habitantes, con la naturaleza y animales, aprovechar de los balnearios que existe en la comunidad provocando un viaje de aventura, placer, recreación, deporte y degustar de una gastronomía propia del lugar.

5.01.15. Definición de ecoturismo

El ecoturismo es aquella modalidad del turismo que consiste en viajar a áreas naturales relativamente sin perturbar con el objeto específico de admirar, disfrutar y estudiar su paisaje, su flora y su fauna silvestres, así como las manifestaciones culturales (tanto presentes como pasadas) que allí puedan encontrarse.

Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.

Incluye elementos educacionales y de interpretación.

Generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas. Los proveedores de servicios que colaboran en el destino tienden a ser pequeñas empresas de propiedad local.

Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.

Contribuye a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo:

- Generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas.
- Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales,
- Incrementando la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas. (Marketing, 2015)

5.01.16. Plan de promoción de ruta ecológica

Concepto: La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan (Marketing, 2015)

Función: La promoción de ventas es una estrategia de comercialización a corto plazo diseñada para lograr un propósito específico. Difiere de la publicidad en que intenta crear un sentido de urgencia para estimular la acción inmediata en oposición a la construcción de ventas o marca por un período largo de tiempo. La promoción de ventas puede tomar la forma de una reducción de precio temporaria o una campaña para introducirla.

(Marketing, 2015)

- Atraer clientes
- Aumentar la cuota del mercado
- Introducción de un producto nuevo
- Control de inventario

5.01.02 Análisis FODA

“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. El término FODA es una sigla conformada por cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.”.

(BUENOS NEGOCIOS, 2012).

El análisis FODA es un diagnóstico que nos ayuda a detectar los problemas más comunes dentro de una empresa o negocio y así llevar un control de lo

analizado para poder enfrentar las amenazas de mercado lo cual nos permitirá tener nuevas oportunidades y con esto lograr minimizar las amenazas que se presentan.

- **Fortalezas.-** Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, por las que cuenta con una posición favorable frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente.
- **Oportunidades.-** Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno que actúa en la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- **Debilidades.-** Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.
- **Amenazas.-** Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.
(BUENOS NEGOCIOS, 2012).

Tabla N° 11 Análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
Factor Interno		
Factor Externo		
Oportunidades	Estrategia (FO)	Estrategia (DO)
<p>-El uso de la Tecnología permite la promoción de los atractivos y reduce los costos.</p> <p>-Grupo comunitario emprendedor.</p>	<p>-Promocionar a los atractivos Turísticos con el uso de la Tecnología.</p> <p>-Al ser un lugar cercano a la ciudad atraerá a los turistas que buscan turismo de naturaleza y con atención de primera y eficiente por parte de la comunidad.</p>	<p>-Con el aporte de la tecnología se podrá proporcionar una mejor calidad de información de la Ruta ecológica Yunguilla.</p> <p>- Al contar con un excelente plan de promoción de la Ruta habrá más demanda de turistas N/E.</p>
Amenazas	Estrategia (FA)	Estrategia (DA)
<p>-Insuficiencia de Recursos Económicos.</p> <p>- Población capacitada no aplique los estudios específicos recibidos y permita que el turismo vaya cada vez más en declinación.</p>	<p>-Al ser una comunidad organizada y tener atractivos turísticos ecológicos llama la atención al turista, pero la falta de un plan de promoción de la ruta hace que la comunidad no explote sus atractivos.</p>	<p>-Por la falta de un plan de promoción, la información de los atractivos que se encuentran en la Ruta ecológica Yunguilla Son escasos</p>

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

5.01.02.01. Análisis crítico del FODA

Con el análisis FODA se considera a las fortalezas dentro del factor interno con un rango alto, lo cual permite a la comunidad alcanzar el objetivo de la ejecución de la ruta y conseguir oportunidades y aprovechar ventajas competitivas, de igual manera el factor interno elaborado en el análisis FODA está la debilidad que tiene una calificación media y busca identificar los factores claves en la parte interna y así analizar los recursos de oportunidades y de riesgos con el fin de buscar un mejor nivel de vida.

Su debilidad es poseer una limitada información sobre plan de promoción.

Oportunidades sería el uso de tecnologías y la comunidad emprendedora las cuales permitirá la debida promoción con costos reducidos.

Como último factor se encontraran las amenazas un factor externo con una calificación media lo cual se deberá plantear y formular una buena táctica de cuidado y preservación de los lugares turísticos para brindar un servicio de seguridad y calidad para lograr una mejor afluencia de turistas.

5.01.03. Instrumentos de investigación

Los instrumentos de investigación son herramientas efectivas, que nos permite recopilar información o características de un proyecto o empresa, para la presente propuesta se utilizará la encuesta, uno de los instrumentos más utilizados dentro de un proyecto o mercado, porque permite recopilar

toda información mediante el uso de cuestionarios o preguntas muy concretas con el fin de seleccionar información efectiva.

Así como también se utilizará el FODA un instrumento de análisis sobre el estado en la que se encuentra la Comunidad, de igual manera se tomará en cuenta la técnica analítico-comparativa que trata de un análisis y una comparación de información y la técnica descriptiva es la que describe toda la información.

Dentro de estos instrumentos encontramos información cuantitativa y cualitativa lo cual permite: la cuantitativa recopilar un conteo total de dicha información mediante un cuestionario y la cualitativa solo busca información verbal.

Como cualquier otro proceso de investigación, la investigación de mercados se basa en una serie de pasos de planeación y ejecución metódica, en este caso, consta de seis pasos:

- Definición del problema
- Desarrollo del problema
- Diseño de investigación
- Recolección de datos
- Preparación de análisis de datos
- Elaboración del reporte

Investigación de campo

Investigación que recoge información de las fuentes externas primarias, y los estudios realizados con esos datos. Investigación de Campo: Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación. De acuerdo con el propósito, la investigación de campo puede ser la:

➤ **Investigación publicitaria**

Es aquella investigación que se ocupa del estudio de los diferentes aspectos relacionados con el proceso de comunicación en la sociedad.

Comprende 3 áreas de estudio

➤ **Investigación analítica**

Investigación socioeconómica de la publicidad (comprende el estudio de la publicidad a nivel global, desde un enfoque socioeconómico, jurídico, tecnológico, con carácter descriptivo).

En el presente proyecto se tiene planificado utilizar tres tipos de mercados como el local, Nacional e Internacional ya que se estima alcanzar una gran acogida por parte de este grupo de turistas, para poder alcanzar los objetivos planteados en el plan de promoción de este sitio se ha tomado en cuenta las necesidades de los clientes ya que nos permitirá realizar una serie de cambios para brindar un servicio de calidad.

5.01.04. Población y muestra

Población es un conjunto de personas, objetos o medidas que se las puede observar en un momento y determinado lugar. Mientras que la muestra se trata de un subconjunto de la población con la que realmente se realizará un respectivo estudio, por lo que para la presente encuesta a realizarse se considerará a la población de Quito en el censo del 2010 que cuenta con 272,3665 h para lo cual se aplicara un margen de error número 7 y su respectiva fórmula:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

Z= Base nivel de confianza 95%

P= Probabilidad de éxito 50%

q= Probabilidad de fracaso 50%

E= Margen de error 5%

$$n = \frac{N \cdot P \cdot q \cdot (1+z)^2}{(N-1)(E)^2 + P \cdot q \cdot (1+z)^2}$$
$$n = \frac{2723665 \times 0,5 \times 0,5 \times (1,95)^2}{(2723665-1) \times (0,50)^2 + 0,50 \times 0,50 \times (1,95)^2}$$
$$n = \frac{2723665 \times 0,25 \times 3,80}{2723665 \times 0,0025 + 0,25 \times 380}$$
$$n = \frac{2.587.481,75}{6.809,16 + 0,95}$$

$N = 380$ encuestas.

5.01.05. Análisis de resultados

Los resultados de la investigación se obtuvieron mediante la observación a la población de Quito, con respecto a la propuesta de la creación de un plan de promoción de la ruta Ecológica de Yunguilla para el beneficio de la comunidad de la Parroquia de Calacalí, Provincia Pichincha.

5.01.05.01 Tabulación de las preguntas

Encuesta dirigida a la población de Quito.

5.01.05.02. Análisis de la información

Pregunta N° 1.

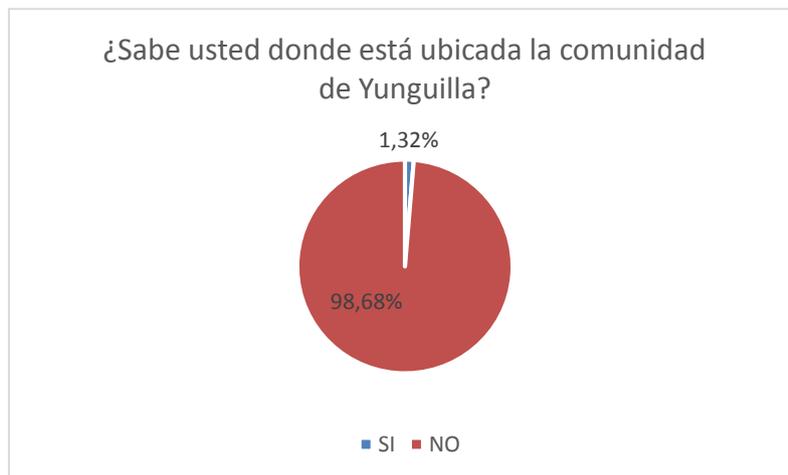
¿Sabe usted donde está ubicada la comunidad de Yunguilla?

Tabla N° 12

Opciones	Datos	Porcentaje
SI	5	1,32%
NO	375	98,68%
TOTAL	380	100%

Figura N° 1

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico: En la encuesta se pudo determinar que las personas que sienten la necesidad de hacer turismo o visitas a otros lugares de residencia no conocen las maravillas de lugares que existen alrededor de la ciudad como la comunidad de Yunguilla, por esto es la razón de la realización de un plan de promoción de la ruta, el cual es impredecible para el conocimiento y desarrollo de la misma.

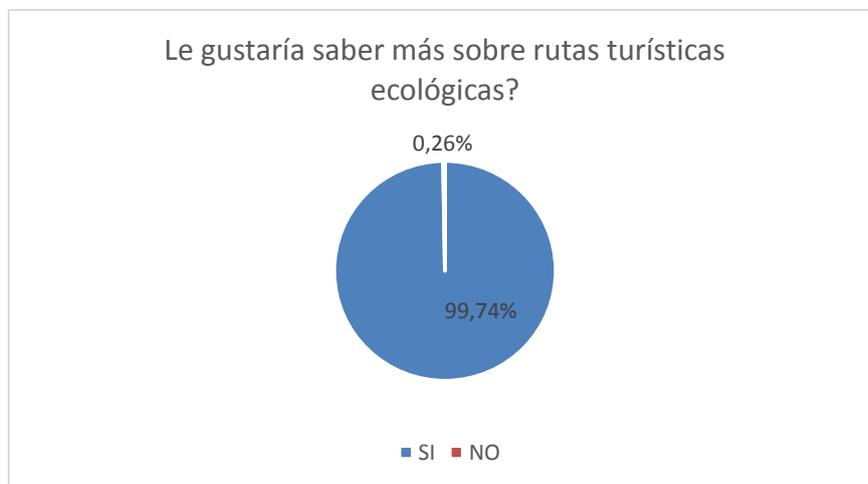
Pregunta N° 2

¿Le gustaría saber más sobre rutas turísticas ecológicas?

Tabla N° 13

Opciones	Datos	Porcentaje
SI	379	99,74%
NO	1	0,26%
TOTAL	380	100%

Figura N° 2 Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico:

De la encuesta realizada, se obtuvo el 99,74% de la población la cual opinan que su deseo de saber más por las rutas turísticas ecológicas y apenas 0,26% de los encuestados no desean saber nada de las rutas turísticas ecológicas. Por lo que se concluye que es necesario dar a conocer sobre la importancia de las rutas turísticas ecológicas.

Pregunta N° 3

¿Cree usted que al realizar un plan de promoción de la ruta ecológica Yunguilla incrementarían los visitantes y la demanda?

Tabla N° 14

Opciones	Datos	Porcentaje
SI	370	97,37%
NO	10	2,63%
TOTAL	380	100%

Figura N° 3

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico:

Una vez realizada la encuesta tenemos la conclusión que con la creación de un plan de promoción el 97,37% de la población están seguros que incrementará la llegada de turistas al sector. Es por eso la necesidad de dar a conocer la propuesta y tener una mejor afluencia de turistas a la comunidad.

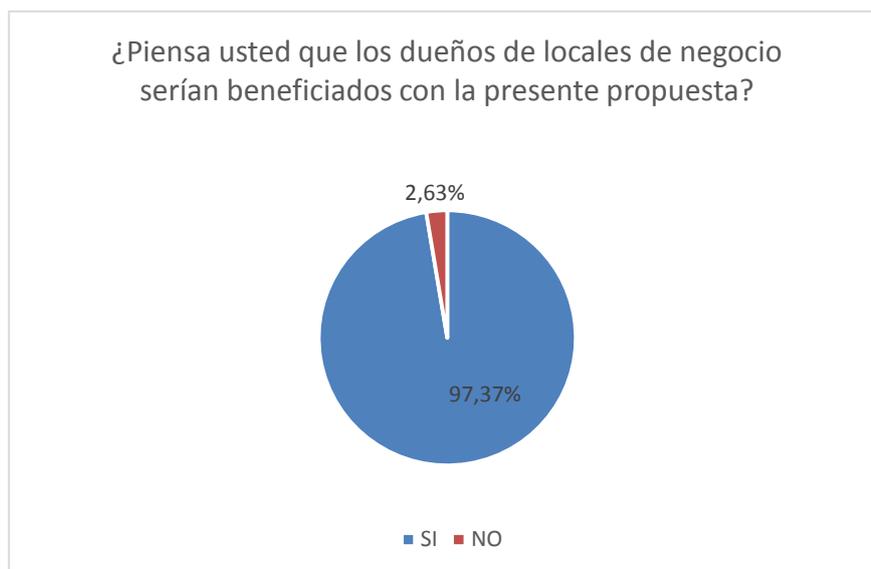
Pregunta N° 4

¿Piensa usted que los dueños de locales de negocio serían beneficiados con la presente propuesta?

Tabla N° 15

Opciones	Datos	Porcentaje
SI	370	97,37%
NO	10	2,63%
TOTAL	380	100%

Figura N° 4 Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico: De acuerdo a la encuesta realizada el 97,37% de la población piensan que los dueños de locales y negocios son beneficiados. Por lo que se concluye que los locales son una fuente de ingresos por el ofrecimiento de las artesanías.

Pregunta N° 5

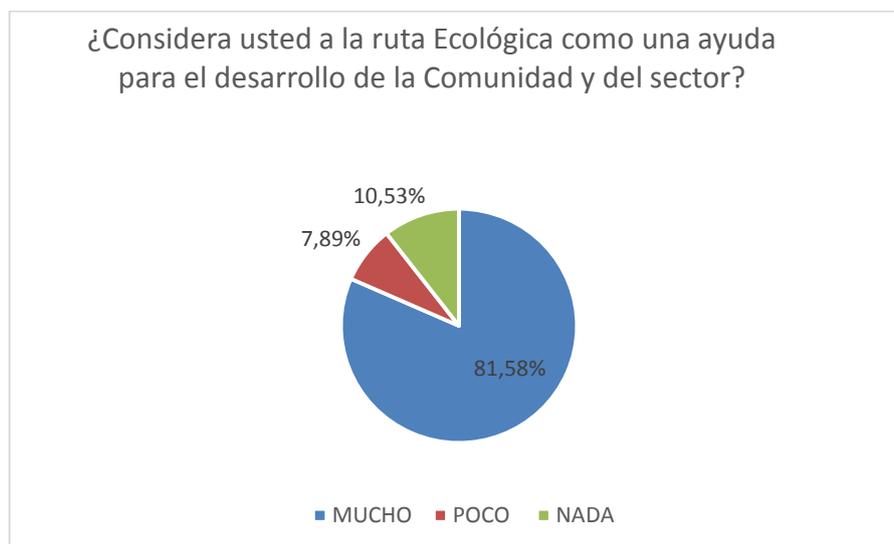
¿Considera usted a la ruta Ecológica como una ayuda para el desarrollo de la Comunidad y del sector?

Tabla N° 16

Opciones	Datos	Porcentaje
MUCHO	310	81,58%
POCO	30	7,89%
NADA	40	10,53%
TOTAL	380	100%

Figura N° 5

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico:

Considerando a la pregunta anterior podemos darnos cuenta que un 81% de la población considera a la ruta turística como mucho ayuda para el desarrollo de la comunidad, un 7,89% opina que es de poca ayuda para el desarrollo de la comunidad y un 10% piensa que no ayudaría en nada al desarrollo de la comunidad.

Pregunta N° 6

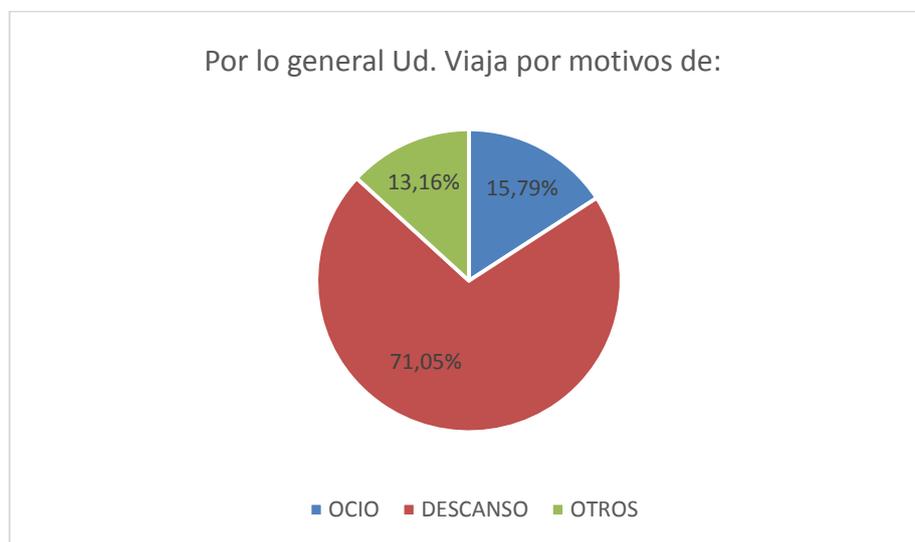
Por lo general Ud. Viaja por motivos de:

Tabla N° 17

Opciones	Datos	Porcentaje
OCIO	60	15,79%
DESCANSO	270	71,05%
OTROS	50	13,16%
TOTAL	380	100%

Figura N° 6

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico:

En la encuesta se pudo determinar que las personas que sienten necesidad de hacer turismo o visitas a otros lugares fuera de su residencia lo realiza por motivos de descanso esto quiere decir que los viajes lo materializan para salir de la rutina.

Pregunta N° 7

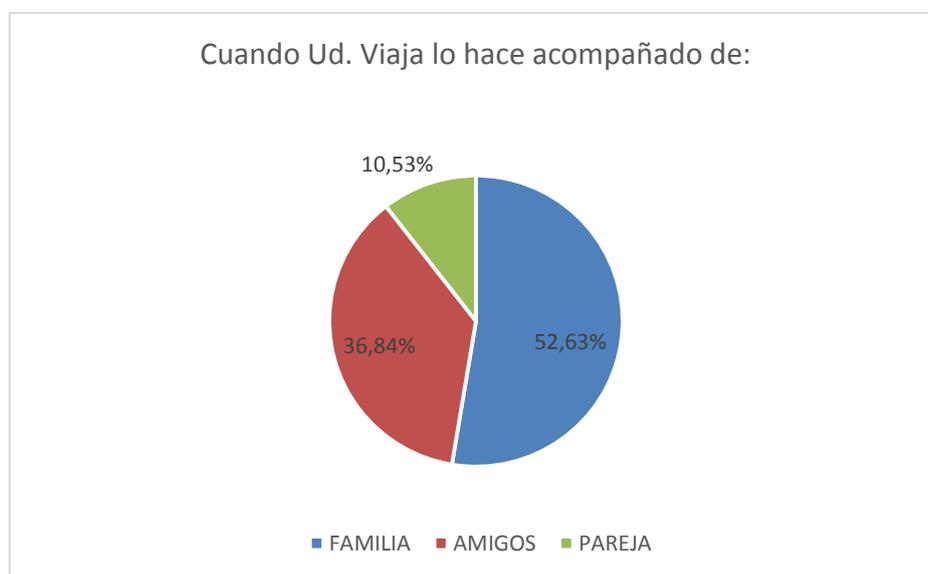
Cuando Ud. Viaja lo hace acompañado de:

Tabla N° 18

Opciones	Datos	Porcentaje
FAMILIA	200	52,63%
AMIGOS	140	36,84%
PAREJA	40	10,53%
TOTAL	380	100%

Figura N° 7

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico:

Se pudo determinar que las personas que sienten la necesidad de salir fuera de su lugar de residencia lo realizan mayoritariamente con su familia ya que este es eje de su entorno y la comunidad tiene todo para el disfrute en familia.

Pregunta N° 8

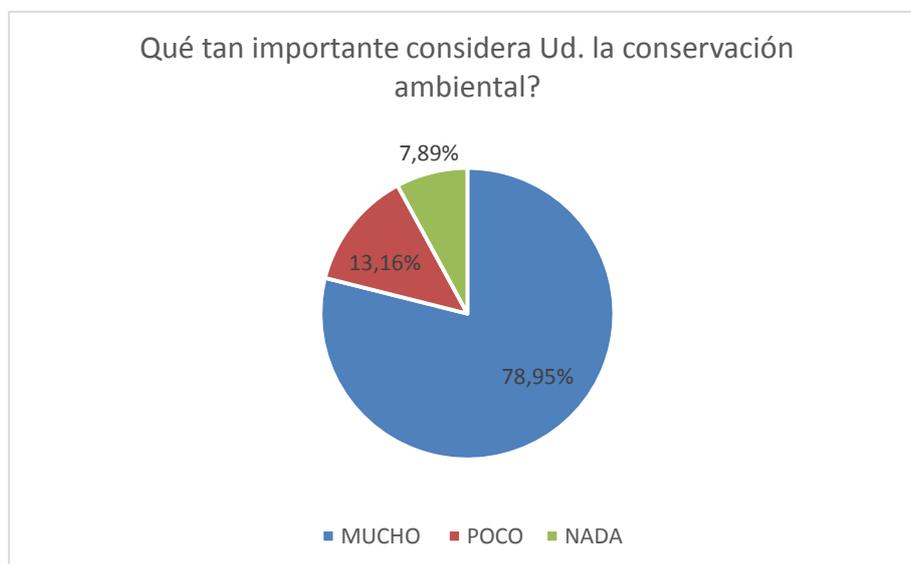
¿Qué tan importante considera Ud. la conservación ambiental?

Tabla N° 19

Opciones	Datos	Porcentaje
MUCHO	300	78,95%
POCO	50	13,16%
NADA	30	7,89%
TOTAL	380	100%

Figura N° 8

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico:

Como indica el cuadro se puede observar que la mayoría de los encuestados consideran que si es muy importante la conservación ambiental en el lugar con un porcentaje de 78,95%, y pocas son las personas que indican o no tiene conocimiento de los importante que es la conservación ambiental con un porcentaje de 13,16% y 7,89%.

Pregunta N° 9

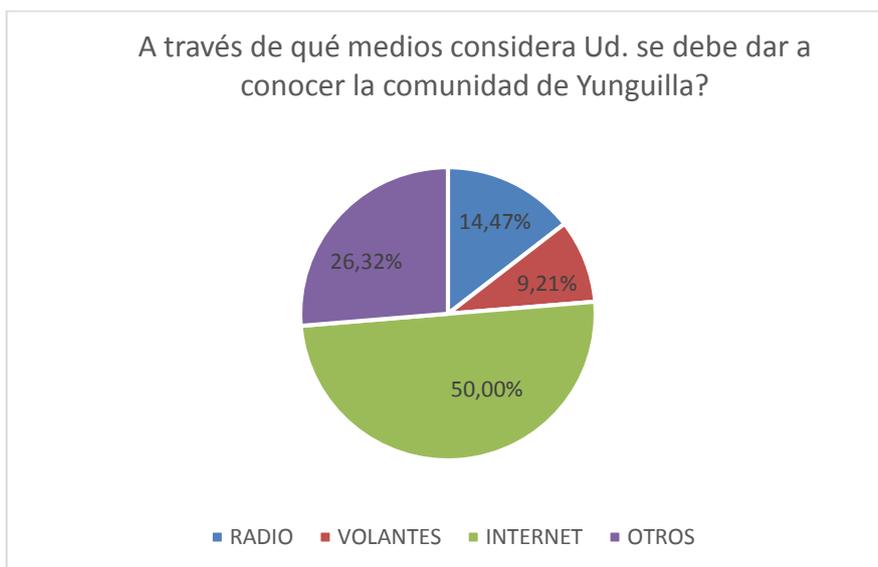
¿A través de qué medios considera Ud. se debe dar a conocer la comunidad de Yunguilla?

Tabla N° 20

Opciones	Datos	Porcentaje
RADIO	55	14,47%
VOLANTES	35	9,21%
INTERNET	190	50,00%
OTROS	100	26,32%
TOTAL	380	100%

Figura N° 9

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015



Análisis Teórico:

Con el 50% los encuestados consideran que la mejor manera de dar a conocer la Ruta Ecológica es por medio del internet, y un 26,32% a través otros medios, también con el 9,21% están las personas que prefieren que la ruta se dé a conocer a través de volantes y un 14,47% por la radio.

5.02 Descripción de la herramienta

El diseño de la investigación es la herramienta técnica que tiene el investigador para generar la información necesaria para cumplir los objetivos planteados y encontrar la solución al problema mencionado en la parte inicial del documento.

En base a esta información el diseño de la investigación corresponde a los siguientes casos:

- Investigación cuantitativa.- mediante esta investigación se utilizó la recolección de datos por medio de una encuesta que contaba con 9 preguntas relacionadas al tema del proyecto, al problema central y a la propuesta planteada para la solución.
- Investigación de campo.- ya que existe recolección de datos directamente de la fuente de la información, en este caso, los turistas que visitan la comunidad de Yunguilla.
- Investigación explicativa.- es un proceso que consiste en obtener la relación causa y efecto entre las variables de estudio, lo que permite realizar conclusiones que explique el fenómeno investigado.

En el presente estudio se utiliza la técnica de la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario planteado específicamente en los directivos de la institución investigada.

El cuestionario es un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en la investigación, para que sea contestado por la población o su muestra.

El objetivo de la propuesta es dar a conocer la ruta turística ecológica mediante diferentes medios como: tríptico, un material impreso para dar a conocer los lugares turísticos de la comunidad, el mismo que realizará en formato A4 el cual medirá 10cm de altura por una dimensión de 29.7cm de ancho. Esta herramienta se presentará con imágenes y la respectiva información de cada atractivo a visitar, impreso, a color y en papel couché.

Contenido del tríptico

En la portada se colocará el eslogan la cual será, YUNGUILLA RESERVA ECOLÓGICA DEL BOSQUE NUBLADO y otro será el OSO de anteojos que es lo más representativo de la reserva.

- Incluye imagen del Bosque Nublado
- Ubicación de la comunidad
- Datos generales
- Servicios de la comunidad
- Imágenes del lugar

Se distribuirá en las agencias y hoteles relevantes del Ecuador, e incluso en la entrada de la Ciudad Mitad del Mundo. Mediante un stand promocionar en las diferentes ferias que organiza el Ministerio del Turismo a nivel local y nacional.

La presente propuesta tiene como objetivo final organizar a la comunidad y cambiar su forma de vida brindando un servicio de calidad turística a los visitantes, es por eso que se ha previsto la respectiva proposición y lograr que esta comunidad no sea solo un sitio de paso si no un lugar receptivo de turistas nacionales y extranjeros para dar a conocer la cultura y tradiciones de la población, desde el punto de vista geográfico, histórico y cultural.

5.02.01 Propuesta para el plan de promoción de la ruta ecológica

Para poder visitar esta maravillosa comunidad puede viajar desde la Ciudad de Quito, si desea viajar en bus lo puede hacer desde la Estación la Ofelia en el alimentador del metro Mitad del Mundo - Calacali, así como también puede viajar desde un vehículo propio siguiendo la vía principal panamericana norte Pomasqui, San Antonio de Pichincha, Calacali.



5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

Para poder hacer la formulación de la aplicación de la propuesta se ha tomado en cuenta el marketing mix, el cual será de gran ayuda para identificar promocionar y publicitar la ruta adecuadamente.

5.03.01 Marketing mix

Concepto: El Marketing Mix, Mezcla de Mercadotecnia o también conocido como Mix Comercial, es una herramienta fundamental para el desarrollo de cualquier estrategia de mercadotecnia y las bases para la creación de nuevas empresas; ya que en ella se agrupan las variables de marketing del ambiente interno, es decir, las variables que se pueden controlar por parte de la empresa. (Marketing, 2015)

9 Ps del marketing mix

- **Producto:** Entiéndase Producto y/o Servicio. Es aquello que queremos comercializar y tiene lógica que sea lo primero que se empieza a analizar, sino a demás, que al finalizar comencemos nuevamente ya que después de cerrar el ciclo contamos con la retroalimentación suficiente para realizar mejoras, innovaciones o corregir errores. (Marketing, 2015)
- **Precio:** Comenzamos a Segmentar. Todos deseamos un Ferrari pero no todos lo podemos costear. La realidad es que el primer segmentador para nuestro producto o servicio es el precio, nos comienza a dar una sesgo en las características socio-gráficas, demográficas y psicográficas que tendremos de nuestro consumidor. (Marketing, 2015)

- **Plaza:** No es solo el punto de venta, también hay que incluir los canales de comercialización, ya que generan formatos específicos con estrategias muy particulares. (Marketing, 2015)
- **Promoción:** Entendamos por Promoción, esos esfuerzos de impulsar la venta en un momento específico y determinado. Ya sean estos descuentos, ventas especiales, plazos fijos, etc. (Marketing, 2015)
- **Personal:** Las empresas se forman de personas. Aquí la importancia de saber que recurso humano requerimos tanto para la empresa pero más que nada quienes estarán en contacto directo con el cliente. Las personas pasan a ser el activo más valioso, basta citar el ejemplo de Steve Jobs. (Marketing, 2015)
- **Procesos:** Hay que pensar “Hacia Afuera” de la empresa no lo contrario. El buen servicio al cliente parte de este principio, incluso los valores agregados surgen de este punto. Antes de Dominós era imposible entregar una pizza en 30 mins o antes, sin embargo ellos no pensaron en su administración y sus controles, optaron por **no** meter al cliente a sus procesos... los cambiaron en función a lo que el cliente requería. (Marketing, 2015)
- **Partners:** Al definir tu Plaza y tus canales comerciales veras que para alcanzar ciertas metas necesitaras tiempo, mucho capital o tener un “Aliado”. Incluso se abrirán canales nuevos de comercialización al tomar riesgos en conjunto. Tienes que tener en mente quienes son ellos, si ya trabajan juntos o no. (Marketing, 2015)

- **Physical Evidence:** También llamada Presencia o Lay Out. Tu Marca no existe mientras no esté plasmada en un objeto. Las evidencias físicas son eso, evidencias de que la Marca existe y con ello también su propuesta de valor en el mercado. Incluso, dependiendo del giro, nos llevan a una temática o a un Marketing de Experiencia. Hace que el cliente se involucre con la Marca. El mejor ejemplo: Disney World. (Marketing, 2015)
- **Publicidad** Es un elemento que contempla el contenido del mensaje, los canales adecuados, la personalización de los formatos publicitarios de acuerdo a cada canal de comercialización o plaza a la que estamos llegando. (Marketing, 2015)

En este caso se utilizó las siguientes 4P del marketing mix.

- Producto
- Personal
- Promoción
- Publicidad

El cual nos será de gran ayuda para proceder con nuestro proyecto, ya que cada una de ellas tiene una función a cumplir

Producto, publicidad y promoción: será todo lo que la comunidad podrá ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros, ya que del servicio que ofrece la comunidad depende la publicidad y promoción de la ruta.

Personal: serán las características principales de nuestro consumidor

- Hombre / Mujer
- 25 – 40 años
- Gusto por la naturaleza
- Observaciones de flora y fauna
- Convivencia con culturas diferentes

Plan estratégico

La planeación estratégica de una empresa es muy importante por cuanto debe servir como un instrumento de apoyo al plan de promoción. Es necesario comenzar un plan formulando los elementos corporativos que sustentan la gestión de una empresa: declaración de la misión, visión, objetivos corporativos, valores y políticas de la empresa.

A continuación se presenta la propuesta estratégica para dar conocer los atractivos turísticos de la comunidad de Yunguilla.

Misión:

“La comunidad de Yunguilla será identificado como destino turístico por los turistas nacionales e internacionales a través de la promoción de sus atractivos turísticos para que así todas las personas puedan disfrutar de las riquezas de la comunidad y de la hospitalidad que brindan los pobladores a sus visitantes”

Visión:

“Lograr que los atractivos turísticos de la comunidad de Yunguilla se consoliden entre los visitantes como uno de sus principales destinos turísticos”

Objetivos:

General

Diseñar una propuesta estratégica de promoción que busque promover la ruta en la comunidad como un destino turístico preservando sus recursos naturales y culturales.

Específicos

- Aumentar la demanda turística de la Ruta y de esta manera generar el desarrollo local y mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad.
- Implementar acciones que permitan el mejoramiento continuo del servicio, con el fin de que los clientes tengan una certeza de la calidad del servicio recibido.
- Potenciar los atractivos turísticos que existen en la comunidad de Yunguilla.

Meta

Mejorar el desarrollo de la actividad turística, permitiendo mayor afluencia de turistas en la comunidad de Yunguilla, en un lapso de 2 años.

Estrategias

- Proporcionar un servicio de calidad, procurando siempre el bienestar y satisfacción del visitante en todo momento.
- Invertir en mejoras tanto en infraestructura como en el servicio para fortalecer la posición e imagen frente a los visitantes en la comunidad.
- Diseñar un programa de capacitación continuo para todo el personal con el fin de especializarlos en atención y servicio al cliente, que permitan mejorar el nivel de satisfacción de los mismos.

Políticas

- Las personas encargadas de dar información a los turistas que visitan la comunidad de Yunguilla deberán estar capacitadas sobre todos y cada uno de los atractivos turísticos que ofrece el cantón y en todo momento deberán tener una buena conducta y ser amables con el turista.
- Los atractivos turísticos de la comunidad de Yunguilla deberán estar debidamente señalizados y rotulados.
- El plan estratégico de promoción deberá ser socializado con todas las personas de la comunidad.
- Inspeccionar constantemente el trabajo que se está desarrollando para detectar a tiempo errores en la ejecución del plan.

Responsables de la implementación del plan promocional turístico

- La responsabilidad de implementar el plan promocional turístico estará a cargo del creador del proyecto de la ruta Ecológica Yunguilla ya que al dominar la información del sitio a detalle se dará el seguimiento la evolución y el control.

Entidades externas

- Llámese a estas instituciones privadas y gubernamentales que apoyen el ecoturismo en el país, las que serán invitadas a tomar acciones para promover campañas de concientización e impulsar rutas poco promocionadas dentro de la provincia de Pichincha.

Acciones a desarrollarse a corto plazo

Obtención de información constante de la ruta ecológica Yunguilla, algunas de las informaciones más relevantes como;

- Clima
- Las rutas de acceso
- Transporte
- Variedad gastronómica
- Eventos culturales
- Eventos sociales
- Deportes extremos

- Entre otros.

Ejecución del plan promocional del plan turístico

- Serán básicamente todo el proceso ordenado que contiene este proyecto llevarlo a ejecución, así como también con los pobladores de origen quienes serán los principales aliados y beneficiados del plan promocional de la ruta ecológica Yunguilla.
- Además contar con el interés y la inclusión de las entidades externas antes mencionadas como gubernamentales y privadas que se asocien a esta promoción de la ruta ecológica Yunguilla.

Estrategias de publicidad

En esta etapa se efectuara una campaña publicitaria persuasiva dirigida a turistas y excursionistas que aprecien la naturaleza, que gusten del turismo interno en Ecuador.

Como clientes potenciales podrían mencionarse algunos;

- Turistas nacionales
- Estudiantes de turismo de primer nivel del Instituto Cordillera
- Familias del norte, sur y valles de la ciudad de Quito

Agencias turísticas que se enfocan en escenarios naturales como la ruta ecológica Yunguilla

- Entre otros, los turistas en general que requieran información en la web, redes sociales, y medios de comunicación.

Estrategias de posicionamiento

De los primeros 1000 trípticos serán destinados a las principales empresas prestadoras de servicios turísticos, como operadoras y agencias de viajes.

Difundir a través de herramientas publicitarias, como vallas trípticos prensa e internet

Participar en ferias de turismo nacional para dar a conocer la ubicación geográfica y los servicios que ofrece la comunidad de Yunguilla.

Mejorar las vías de acceso de la comunidad de Yunguilla

Mejorar los servicios y aspectos de los lugares como restaurantes, tiendas y plazas

Culturas y valores

- Mantener en buen estado los atractivos turísticos naturales y culturales que posee la comunidad.
- Cuidar el medio ambiente.
- Brindar el mejor servicio al cliente, con el fin de cumplir sus necesidades y satisfacción.

- Hospitalidad: Acoger al visitante con amabilidad brindándole un buen recibimiento y excelente atención.
- Amabilidad: Brindar al turista
- Integridad: Siempre hacer lo correcto. Lo que significa hacer todo aquello se considere bien para nosotros y que no afecte los intereses de las demás personas o clientes.
- Puntualidad: Con nuestros clientes al momento de que éstos requieran el servicio.
- Honestidad: A través de un manejo transparente de recursos, para que los empleados y propietarios se sientan seguros y confiados en el servicio que ofrecen al turista.
- Responsabilidad social: Los establecimientos de hospedajes y de alimentos deberán cumplir con la normativa vigente, obligaciones con sus empleados, visitantes, competencia, medio ambiente y la sociedad en conjunto.
- Compromiso: Para trabajar y prestar el mejor servicio a los visitantes prestando siempre seriedad en lo que realicen.

Para desarrollar el siguiente plan de promoción en la comunidad de

Yunguilla se tomó en cuenta los siguientes aspectos.

- Se examinó minuciosamente el área en el cual se llevaría a cabo el presente proyecto.
- Se determinó el problema y a su vez el objetivo para alcanzar la meta establecida, la cual sería promocionar la ruta ecológica de la comunidad de Yunguilla.

- Se realizó el análisis competitivo que tiene la comunidad en su de entorno.
- Se evaluó la afluencia del medio ambiente que podría impactar los lineamientos de la promoción.
- Se ejecutó un análisis interno sobre la organización, capacidad, evaluación y elección y posteriormente el resultado del plan.
- Se obtuvo el análisis externo, el cual nos permite analizar el comportamiento del consumidor.

La segmentación del mercado, metas primarias y secundarias.

Posicionamiento del mercado ejecutando correctamente todos los pasos anteriores

En la comunidad de Yunguilla encontrará atractivos naturales acuáticos y terrestres

Atractivos naturales acuáticos

En este factor se analizara los dos ríos existentes en la zona que son el Umachaca y el Santa Rosa así como las aguas Termales de Cachaco.

El río umachaca.- Este río ha sufrido de una manera directa la intervención de la mano del hombre, la misma que ha tratado de conseguir una

implementación adecuada del lugar y de sus alrededores para el desarrollo de la actividad turística.

Dicha implementación precisa la construcción de un vistoso puente, que mide alrededor de unos 14 metros de longitud, que comunica las dos orillas del río y que además es parte de uno de los senderos de la zona, que lleva el nombre de "Sendero de los Culuncos".

Desde su nacimiento, este río, presenta intervención por parte de los habitantes, ya que hay fincas, haciendas y zonas de reforestación a sus orillas, cuya distancia es de 9 a 11 metros en su parte ancha.

El río Santa Rosa.- Este río no se ha visto afectado por la intervención de la mano del hombre, ya que cerca de sus orillas se encuentra abundante flora representativa del bosque nublado, que ha dificultado el acceso a esta zona.

En el recorrido que realiza hay que destacar la presencia de una pequeña cascada que sirve como un lugar de esparcimiento y descanso para los turistas que deciden aventurarse a lo largo de este sendero, y que es denominada "La Cascada del Río Santa Rosa".

Ambos ríos nacen en la parte alta de la zona que comprende la comunidad a una altura de 2600 m.s.n.m., y en la parte baja, a unos 1300 m.s.n.m. se unen para formar un solo río que continúa con el mismo nombre de Umachaca y

que atraviesa el resto de la zona de Yunguilla y la reserva de Maquipucuna hasta desembocar en el río Guayllabamba.

Estos ríos poseen un nivel de caudalosisdad propicio para la implementación de cierto tipo de deportes acuáticos, además por su ubicación cerca de los límites finales de la comunidad, propician recorridos que duran alrededor de 5 y 6 horas en los cuales se pueden apreciar claramente la riqueza natural existente.

Aguas termales Cachaco.- Por otro lado, existe todavía un vacío en lo referente al manejo que se da a las aguas termales del “Cachaco”, ubicadas a 100 metros de la vía Calacalí – La Independencia por el desvío hacia Yunguilla.

Las instalaciones cuentan con dos piscinas de diferente tamaño en las que la más grande mide alrededor de 7 metros de diámetro, con sus respectivos vestidores y duchas que permanecen en un estado aceptable.

Debido a que la zona de Yunguilla se encuentra formando parte del Distrito Metropolitano de Quito, las aguas termales anteriormente mencionadas están a cargo de la administración “La Delicia” ubicada en el sector de Cotocollao, perteneciente al Ilustre Municipio de Quito, este punto será analizado a profundidad más adelante en el desarrollo del presente trabajo.

Atractivos naturales terrestres

En este factor se encontrarán dos atractivos a analizar, el Bosque Nublado y El sendero de los Culuncos.

Bosque nublado.- Denominado también como bosque andino, montano o de niebla, el bosque nublado se encuentra en las estribaciones de la cordillera de los andes, se clasifica de acuerdo a la altitud en Bosque Montano (1800 - 3000 mts) y Montano Alto (3000 -3400mts), encontrándose en la comunidad el primero. Una de las características especiales de este bosque es la presencia de una densa neblina que viene desde las regiones de la costa y del oriente, además se encuentra en laderas pronunciadas donde se producen aluvión es al perderse la cobertura vegetal.

Este tipo de bosques son muy susceptibles a las alteraciones debido a las características ecológicas que posee, sus suelos presentan síntomas de erosión, debido a que tiempos atrás existía un desconocimiento y una falta de manejo sostenible de los recursos.

Debido a la sobre explotación del ecosistema, en el Ecuador existen remanentes de bosque andino aislados unos de otros, causando degeneración de especies por efectos de aislamiento.

Otra característica de estos bosques es que como siempre están rodeados de nubes, absorben de ellas la humedad, fenómeno conocido como lluvia horizontal o lluvia oculta. El nivel de precipitaciones es de 2000 –3000 mm

durante todo el año, su temperatura oscila entre los 10 y 20 grados centígrados.

Sus árboles son más pequeños que los de la Amazonía, con troncos muy ramificados, cubiertos por orquídeas, musgos, bromelias, líquenes y helechos, encargados de retener y condensar el vapor de agua.

Algunas causas que conllevan al problema sufrido por el bosque nublado son: la tala de bosques, extracción de carbón, pastizales, agricultura y asentamientos humanos.

La zona, que comprende la Comunidad de Yunguilla, tiene la presencia de Bosque Nublado en su mayoría, que va desde los 2800 metros de altura y descende hasta los 1200 aproximadamente, en donde se encuentra una corta porción de Bosque Semi Tropical.

Cabe mencionar la presencia cercana del Cráter del Pululahua que a pesar de no encontrarse en el territorio de la comunidad, se convierte en un atractivo de la zona ya que es un cráter con características singulares como lo son las cosechas y las viviendas dentro de él.

La comunidad de Yunguilla se encuentra ubicada entre la Reserva Geobotánica Pululahua y la Reserva Privada de Maquipucuna y que juntas forman parte de la región del Bosque Protector de la Cuenca Alta del río Guayllabamba. Bosque que fue creado con el propósito de proteger la biodiversidad y desarrollar el estudio científico y el ecoturismo comunitario

en el bosque nublado, para luego ser declarado como una zona de amortiguamiento y formar parte del chocó andino.

Sendero de los Culuncos.- Otro de los atractivos de tipo natural son las caminata que se realizan por el “Sendero de los Culuncos”, caminos con senderos cuya profundidad alcanza los 5 metros, y que cruzan en forma semisubterránea por el interior del bosque nublado. El agua ha contribuido en la erosión vertical y profunda de estas vías.

Estos antiguos caminos eran vías utilizadas principalmente para el comercio e intercambio de productos entre etnias de la sierra. La vegetación siempre les estaba cubriendo, inclusive en tiempos tempranos cuando estaban en pleno funcionamiento.

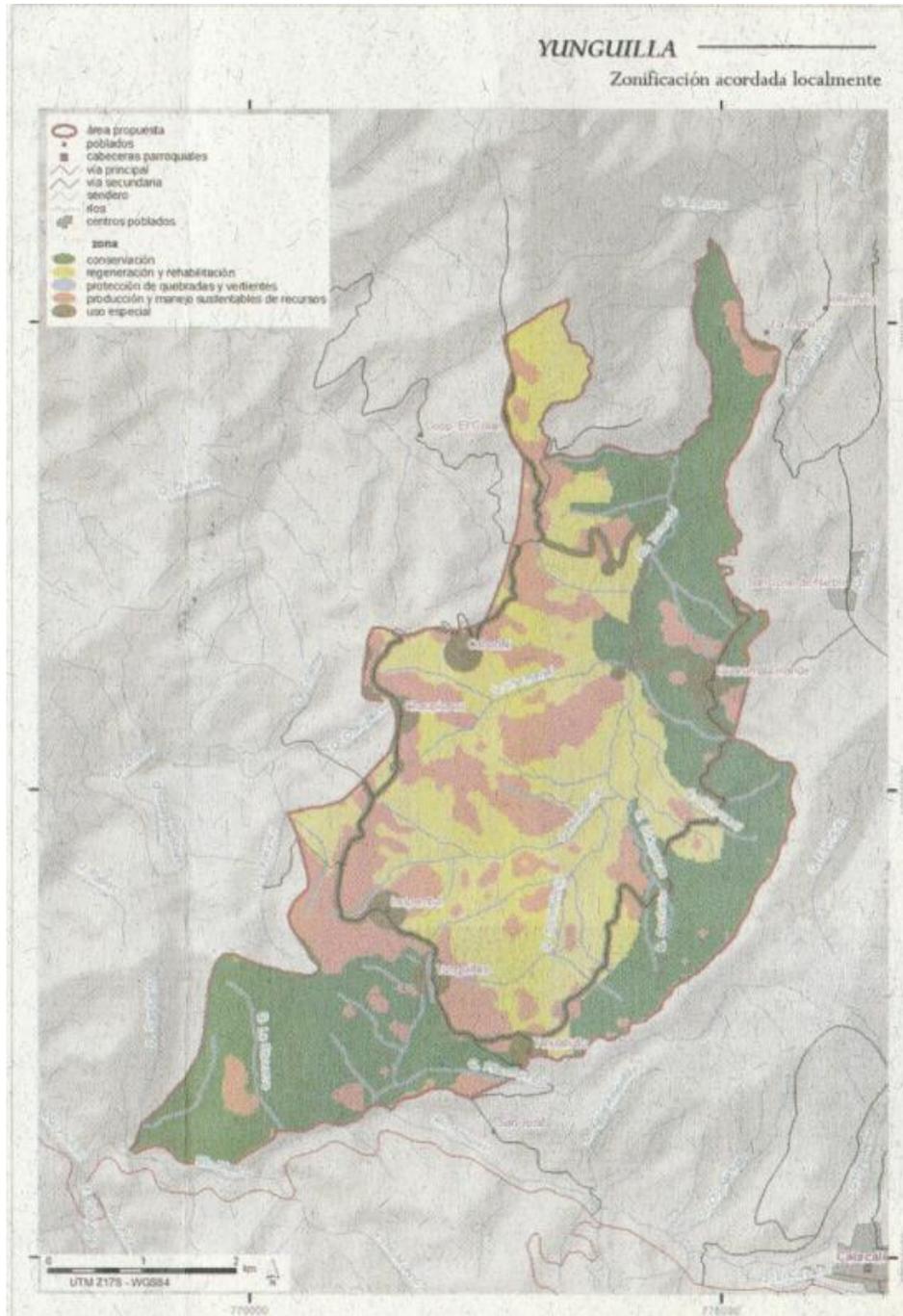
Esta característica permitía que las caravanas de mercaderes y mindalás aborígenes (yumbos, niguas, tzachilas, incas otavalos, nayones, etc.) caminen por largos días protegidos por la sombra del bosque.

A estos caminos localmente se les denomina “culuncos”, que a las generaciones contemporáneas de la zona les recuerda las grandes recuas de mulares cargados de aguardiente trasladándose desde el subtrópico hasta la sierra, de tal forma que la historia de la comunidad de Yunguilla está íntimamente relacionada con los “culuncos”, especialmente con el llamado “Culunco Auca”.

Las caminatas tienen una duración de 8 horas aproximadamente, inicia en la Comunidad de Yunguilla desde el mirador del Chochal y avanzan hasta la reserva de Maquipucuna.

5.03.02 Ruta turística

Tour cultural y ecológico Yunguilla



5.03.03 Inventario de recurso

Tabla N° 21

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
SITIOS NATURALES	1.5 RIOS	El Río Umachaca El Río Santa Rosa "La Cascada del Río Santa Rosa"
	1.6 BOSQUES	Bosque Nublado El Senderos de los Coluncos Bosque Protector Mindo – Nambillo
	1.7 AGUAS SUBTERRANEAS	Aguas Termales Cachaco
	1.13 SISTEMA DE AREAS PROTEGIDAS	Reserva de Maquipucuna
		Mirador del Chochal
MANIFESTACIONES CULTURALES	2.2 HISTORICAS	Tiendas de artesanías
	2.3 REALIZACIONES TECNICAS Y CIENTIFICAS	Reproducción de Orquídeas
	2.5 ACONTESIMIENTOS PROGRAMADOS	Fiestas de fundación en agosto Celebración religiosa Jesús del gran poder Fiestas de San Pedro y San Pablo
		Ciclismo de montaña Observación de aves Senderismo Agroturismo Turismo agrario

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

5.03.04 Inventario de planta

Tabla N° 22

HOSPEDAJE	La casa albergue
	Área de camping
	La casa Tuhualullo

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

5.03.05 Itinerario

Ruta: Tour Cultural y Ecológico Yunguilla

Circuito: Quito - Yunguilla

Duración: 3 días 2 noches

N° Pax: 5 mínimo

Día N° 1

Tabla N° 23

HORA	LUGAR	ACTIVIDADES
8:00 AM	QUITO	SALIDA DEL LUGAR
	SAN ANTONIO DE PICHINCHA	EXPLICACIONES DE LA CIUDAD MITAD DEL MUNDO
	SAN ANTONIO DE PICHINCHA	SALIDA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA
		VISITA AL MUSEO INTIÑAN
		VISITA AL MIRADOR DEL VOLCAN PULULAHUA
	CALACALI	VISITA AL PUEBLO DE CALACALI
	YUNGUILLA	LLEGADA A LA COMUNIDAD DE YUNGUILLA
1:30	YUNGUILLA	ALMUERZO EN LA CASA TAHUALLULLO
	YUNGUILLA	CHARLA SOBRE LOS PROYECTOS Y ORGANIZACIÓN COMUNITARIA
	YUNGUILLA	CAMINATA POR LA COMUNIDAD
	YUNGUILLA	ACOMODACION EN LAS CASAS DE LAS FAMILIAS O EN LA CASA TAHUALLULLO
19:30	YUNGUILLA	CENA Y COMPARTIMIENTO CON LAS FAMILIAS DE LA COMUNIDAD
	YUNGUILLA	EXPLICACION DE LO QUE SE HARA EL PROXIMO DIA
22:00	YUNGUILLA	DESCANSO

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Día N° 2**Tabla N° 24**

HORA	LUGAR	ACTIVIDADES
6:00 AM	YUNGUILLA	ORDEÑAR VACAS
7:30 AM		DESAYUNO
		ENCUENTRO EN LA FINCA COMUNITARIA PARA LA ELABORACION DE QUESOS
		ELABORACION DE MERMELADAS
		AMBIENTAL VIVERO FORESTAL Y DE ORQUIDEAS
1:30		ALMUERZO
		PARTICIPACION DE TRABAJOS AGRICOLAS EN HUERTOS ORGANICOS FAMILIARES
		CABALGATAS POR LOS ALREDEDORES DE LA COMUNIDAD
		JUEGOS CREATIVOS CON LA GENTE DE LA COMUNIDAD
19:30		CENA
		NOCHE CULTURAL
22:00		DESCANSO

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Día N° 3**Tabla N° 25**

HORA	LUGAR	ACTIVIDADES
8:00 AM	YUNGUILLA	DESAYUNO
		RECORRIDO MATITAL PARA OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA DE LA REGION
		CAMINATAS POR EL SENDERO DE COLUNCOS
1:30		ALMUERZO
		RECORRIDO POR EL BOSQUE NUBLADO
		RECORRIDO POR LOS RIOS CRFISTALINOS UMACHACA Y LA CASCADA SANTA ROSA
		VISITA A LAS AGUAS TERMALES CACHACO
19:30		CENA
		CONCIVENCIA NOCTURNA CON LA COMUNIDAD NARRACION DE LEYENDAS Y MITOS
22:00		DESCANSO

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Día N° 4

Tabla N° 26

HORA	LUGAR	ACTIVIDADES
8:00 AM	YUNGUILLA	DESAYUNO
		SALIDAD EN CAMIONETA HASTA EL MIRADOR CHOCHAL
		OBSERVACION DE LOS VOLCANES PICHINCHA, CAYAMBE, COTACACHI, PULULAHUA
		OBSEVACION DE LA ZONA DEL BOSQUE NUBLADO
1:30		ALMUERZO CONPRODUCTOS VEGETALES DE LA ZONA DE YUNGUILLA
		EVALUACION Y RETROALIMENTACION DE LA VISITA
		SALIDA DE LA COMUNIDAD DE YUNGUILLA
17:00		PARADA EN LA CIUDAD MITAD DEL MUNDO
20:00		LLEGADA A QUITO

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Servicios

Incluye

No incluye

Tabla N° 27

Entrada al Museo Intiñan
Entrada al Mirador del Pululahua
Entrada a la finca comunitaria
Alojamiento 3 días
Alimentación (10 Comidas)
Transporte interior de La Comunidad
Transporte desde hasta Quito
Guía Local

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Tabla N° 28

Servicios no especificados en el programa
Impuestos 12% IVA
Seguros

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Tabla N° 29

Precio 4 días	Precio 2 días
\$150 por persona	\$59 por persona
Grupo mínimo 5 pax	Grupo mínimo 5 pax

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Tabla N° 30

Qué llevar	Qué no llevar
Gorro de Sol	Bebidas alcohólicas
Repelente para insectos	Cigarrillos
Impermeable en época de invierno	Radios transmisores
Botas de caucho o zapatos de montañas	Mascotas
Guates de trabajo para el trabajo comunitario	
Chompa Abrigada	
Cantiflora de agua	
Cámaras	
Binoculares	
Navajas con varios servicios	
Protector solar	

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

Tríptico de Yunguilla

Yunguilla

Conservando el Bosque Nublado

Reserva Yunguilla
Reservación al estado natural

Yunguilla
Es el resultado de un proceso de organización comunitaria y conservación ambiental que inicia en el año 1995. Así se implementaron huertos orgánicos, fábricas de procesamiento de lácteos y fruta, y se realizaron los primeros estudios para la implementación de un programa de ecoturismo.

Servicios de la comunidad

Ubicación de la comunidad.
Imagie tomar un bus saliendo desde Av. Colón, Quito.

Calacalí - Yunguilla En el parque central de Calacalí puede alquilar una camioneta hasta el destino (4.00 USD).

Fiestas y eventos
Actividades recreacionales.
Gastronomía (elaborada con productos frescos del huerto biológico).
Alojamiento en los albergues.
Guias nativos y capacitados para la interpretación ambiental.

Tour de 5 días \$150 por persona grupo mínimo 5pax
Caminatas por senderos y observación de los huertos orgánicos.
Cabalalgatas por los alrededores de la comunidad.
Recorrido nocturno para observación de flora y fauna de la región.
Participación en fiestas, ritos, juegos, narraciones de leyendas y mitos.
Participación en tareas agropecuarias, en el huerto o vivero comunitario.
Visitas a las actividades productivas.
Convivencia comunitaria.

Tour de fin de semana \$59 por persona grupo mínimo 5pax
Caminatas guiadas por el bosque nublado y por la zona de la comunidad.
Observación de aves y de flora.
Visita a las actividades productivas.
Convivencia comunitaria.

Contactos:
(593) 980215476 - 099 9541537
Mail: info@yunguilla.org.ec
Persona: Deysi Collohuazo

Horario:
Lunes - Viernes 08am 5Pm
Sábados - Domingo 08am 2Pm

CAPÍTULO VI

6.0 Aspectos administrativos

6.01 Recursos

Son elementos que de una u otra manera aportan **algún tipo de beneficio a la sociedad** siendo así **capaces de generar un valor en la producción de bienes y servicios** para satisfacer sus necesidades y conseguir los propósitos.

6.01.01 Talento humano

Son personas que tienen conocimiento, compromiso y autoridad capaces de organizar, planear y desarrollar un proyecto en beneficio de la comunidad.

Tabla # 31

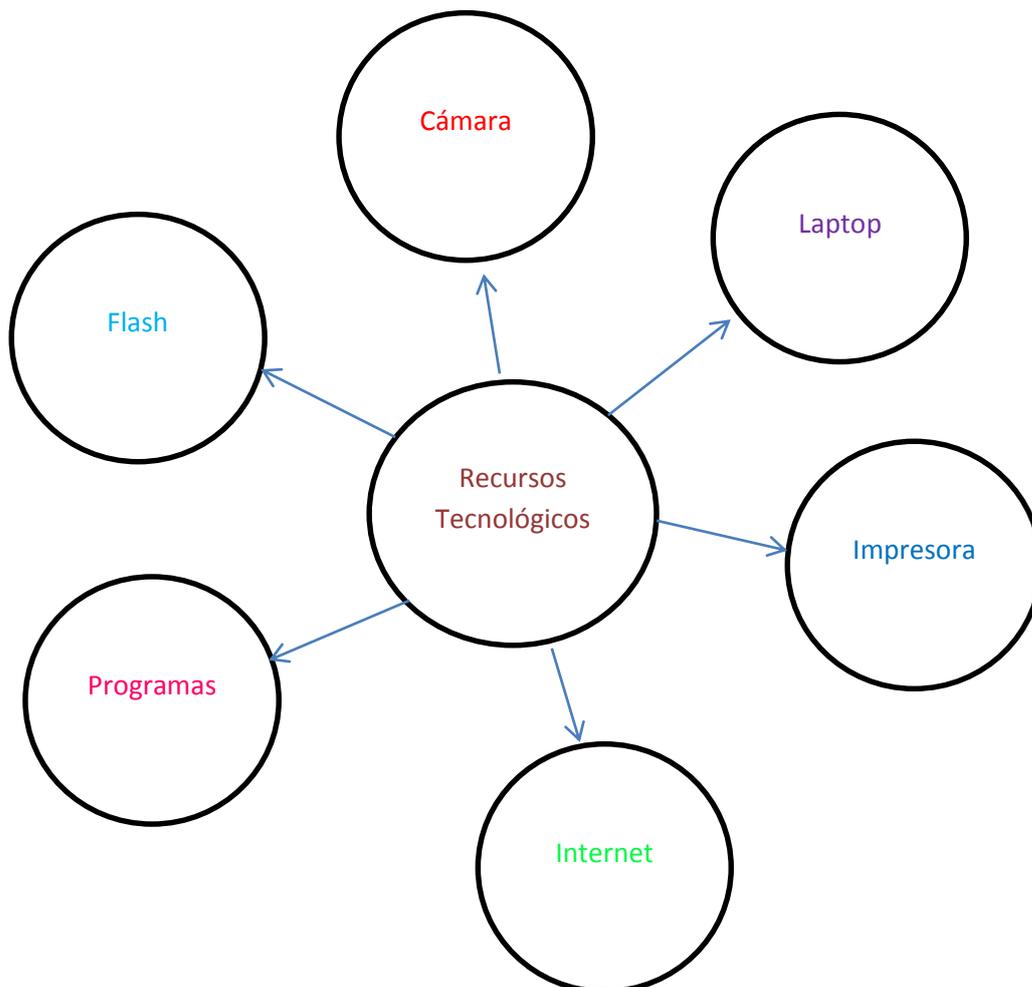
Comunidad	Yunguilla
Investigador	Isabel Arechúa
Tutora	Ximena Almeida
Lector	Rafael Elizalde
Autoridad	Comunidad

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

6.01.02 Recursos tecnológicos

Son medios tecnológicos que permiten al ser humano satisfacer necesidades y cumplir con metas propuestas.

Tabla N° 32

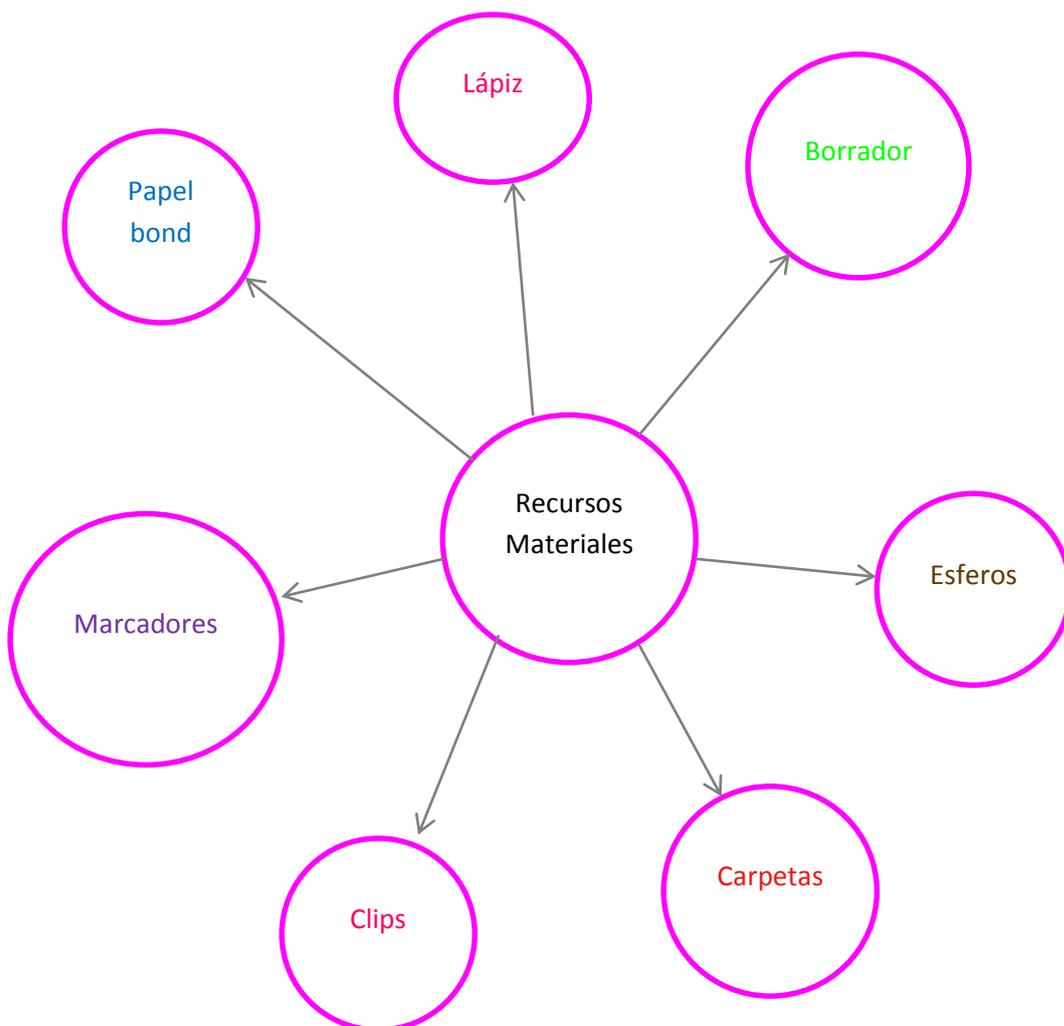


Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

6.01.03 Recursos materiales

Son elementos que se utiliza para diseñar y formar ideas claves para la propuesta de proyectos.

Tabla # 33



Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

6.01.04 Recursos económicos

Los recursos económicos son medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro de la duración de la actividad de una propuesta. Para la presente propuesta estará previsto un recurso personal de \$1,533.42

6.02 Presupuesto

Es una cantidad fija de dinero que se necesita para solucionar gastos dentro de un proyecto u organización y así solventar los gastos provenientes.

Tabla N° 34

MOTIVO	VALOR
Encuestas	4,00
Transporte	25,00
Alimentación	20,00
Alojamiento	15,00
Computador	400,00
Internet	25,00
Impresora	50,00
Lápiz	2,00
Carpetas	2,00
Marcadores	1,00
Celular	12,00
Proyectos de Factibilidad	780,00
Solicitud de Carta Financiera	5,42
Flash Memory	7,00
Impresiones B/N	25,00
Impresiones Color	30,00
Anillados	20,00
Empastado	35,00
Impresión de Trípticos	55,00
Material para Presentación	20,00
TOTAL	1533,42

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

6.03 Cronograma

Son los días que acontecen mediante la formulación de la propuesta, teniendo en cuenta una fecha de inicio y una fecha de finalización del proyecto. En la presente propuesta está previsto culminar en 6 meses.

6.03.01 Cronograma

Tabla # 35

Mes	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	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
Semana																												
Capítulo I																												
Antecedentes	x																											
Contexto		x																										
Justificación		x																										
Definición problema central			x																									
Capítulo II																												
Análisis de involucrados				x																								
Mapeo de involucrados					x																							
Capítulo III																												
Problemas y objetivos																												
Árbol de problemas						x																						
Árbol de objetivos						x																						
Capítulo IV																												
Análisis de alternativas							x																					
Matriz de análisis alternativas								X																				
Matriz de análisis de impacto de los objetivos								X																				
Diagrama de estrategias									x																			
Matriz del marco lógico									x																			
Capítulo V																												
Propuesta										x																		
Antecedentes										x																		
Análisis FODA											x																	
Investigación de mercados												x																
Elaboración de encuesta													x															
Población y muestra														x														
Instrumentos de investigación															x													
Análisis de la información																x												
Descripción																	x											
Formulación del proceso de la aplicación de la propuesta																		x										
Capítulo VI																												
Aspectos administrativos																			x									
Recursos																				x								
Presupuesto																					x							
Cronograma																						x						
Capítulo VII																												
Conclusiones recomendaciones																												
Conclusiones																							X					
Recomendaciones																											x	

Elaborado por: Isabel Arechúa, 2015

CAPÍTULO VII

7.0 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

Como resultado de la investigación y tomando en cuenta el análisis de los puntos del diseño de proyectos I+D+I se llegó a las siguientes conclusiones:

- La existencia de atractivos turísticos en la Comunidad Yunguilla son la información de lugares privilegiados en Ecuador, por lo que el plan de promoción de la Ruta Ecológica Turística es necesaria para impulsar sus visitas.
- Es acertado la creación de un Plan de Promoción de la Ruta Ecológica a fin de promover el turismo y beneficiar a sus moradores con incremento en sus ingresos.
- Yunguilla esta preparado a recibir turistas por su Ruta Ecológica, pero debe superar el obstáculo por falta de desconocimiento de los propios ecuatorianos acerca del destino en mención.
- Debe obtener el compromiso directo de la comunidad, transportistas y locales de negocios que diseñen e implementen una planificación técnica, con estándares de calidad enfocados al turismo.
- La encuesta desarrollada indica el interés de los turistas por rutas ecológicas y sitios nuevos por conocer.

7.02 Recomendaciones

Las recomendaciones que se presentan a continuación son opiniones que deben ser tomadas en cuenta y enfocadas en el aspecto turístico ecológico, en donde intervienen otros aspectos que serán detallados a continuación.

- Se recomienda a la junta parroquial de Calacalí mayor interés en el desarrollo de la actividad turística de la comunidad.
- Se recomienda a la directiva de Yunguilla dar realce al sitio con:
 - Difundir en Quito/ Pichincha la ubicación geográfica de Yunguilla
 - Señalización en calles
- Se recomienda a la población a mantener en buen estado los atractivos turísticos del cantón, dándoles un mantenimiento constante.
- Se recomienda entregar adecuada información turística a los visitantes locales, nacionales y extranjeros.
- Se recomienda a los turistas dentro del atractivo respetar y mantener los recursos tanto naturales y culturales que son únicos dentro de la comunidad.
- Se recomienda a los habitantes de la comunidad de Yunguilla, y parroquias cercanas crear y promover las rutas privilegiadas ecológicas, mismas que permitirán mejorar sus condiciones de vida.

-
- Se recomienda a las autoridades realizar estrategias de marketing para incrementar el ingreso de turistas.

7.03 BIBLIOGRAFÍA

Trabajos citados

ALCALDÍA DE CALACALI. (2012). Visión Histórico- Religioso de la Fiesta San Pedro de Cayambe. En G. A. CAyambe, *Visión Histórico- Religioso de la Fiesta San Pedro de Cayambe* (págs. 13-14). CALACALI:
http://www.quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=4&Itemid=10.

Allan Rhodes es Coordinador General de Asesores en Ecoturismo Genuino, S. (16 de Agosto de 2015). *Organización Mundial del Turismo (OMT)*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de Definición de Ecoturismo: <http://www.ecoturismogenuino.com/definiciones-ecoturismo/>

AUMED. (14 de Abril de 2014). *EVALUACIÓN DE INVERSIONES*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de Analisis de Problemas y Objetivos: http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/analisis_objetivos.html

AURIS, W. (2010). *Diagrama de estrategias*. Recuperado el 10 de 12 de 2014, de Monografias: <http://www.monografias.com/trabajos78/estrategias-aprendizaje/estrategias-aprendizaje2.shtml>

BUENOS NEGOCIOS. (17 de Diciembre de 2012). *Analisis Foda*. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de Buenos negocios: <http://www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>

CONCHA, M. (Marzo de 2011). *Marco Lógico*. Recuperado el 10 de 12 de 2014, de Monografía: <http://www.monografias.com/trabajos89/marco-logico-gestion-proyectos/marco-logico-gestion-proyectos2.shtml>

Corporación Nacional de Bosques y Reservas Privadas del Ecuador. (19 de Mayo de 2015). *Republica del Ecuador*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de reservas comunitarias: <http://reservasprivadasecuador.com/reservas/es/reserva-comunitaria-yunguilla>

CULTURA Y PATRIMONIO. (19 de Marzo de 2011). *Cultura según la UNESCO*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de Ecuador Ama la Vida: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>

definicion.de. (2015). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://definicion.de/plan/>

DNP. (12 de Abril de 2013). *Analisis de Alternativas*. Recuperado el 10 de 12 de 2014, de Virtual: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.1.6-analisis-alternativas.html>

- Ecuador Extremo. (12 de Febrero de 2014). *Región Litoral Costa*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de Ecuador Extremo:
http://ecuadorextremo.com/regiones/costa_litoral.htm
- El Universo. (19 de Mayo de 2015). *La Revista @ 2015 Compañía Anónima El Universo*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de La wiki del Ecuador:
<http://www.larevista.ec/viajes/viajemos/yunguilla-por-dos>
- Farber & Bonta. (2002). En F. Bonta, *199 preguntas sobre marketing y publicidad* (pág. 44). Bogotá: Norma.
- GALAPAGOS CRUCEROS. (2015). *ISLAS GALAPAGOS*. Recuperado el 12 de Enero de 2015, de GALAPAGOS CRUCEROS: <http://www.galapagoscrucecos.ec/galapagos-islas.html>
- Gonzalez, M. (20 de 07 de 2002). *gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- Halberstadt, J. (2015). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/ubicacion-geografia-y-clima.html>
- Jiménez, A. (20 de 02 de 2013). *El blog Salmon*. Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-tipos-de-mercados-existen>
- MEDIANERO, D. (Noviembre de 2011). *Análisis de Imbolucrados*. Recuperado el 15 de Febrero de 2014, de Slideshare: <http://www.cempro.org.pe/2011/11/paso-1-analisis-de-involucrados.html>
- MINISTERIO DE TURISMO. (27 de Diciembre de 2010). *Ley de Turismo*. Recuperado el 30 de julio de 2014, de www.turismo.gob.ec: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Paucar, G. (12 de Abril de 2013). *Provincias del Ecuador Región Amazónica*. Recuperado el 15 de Febrero de 2014, de [gilbertopaucarq.blogspot.com](http://gilbertopaucarq.blogspot.com/2013/04/provincias-del-ecuador.html):
<http://gilbertopaucarq.blogspot.com/2013/04/provincias-del-ecuador.html>
- Quito . (10 de Junio de 2015). *Región Andina Sierra*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de Ecuador Extremo: [http:// es.wikipedia.org/wiki/Quito](http://es.wikipedia.org/wiki/Quito)
- RODRIGUEZ, M. V. (Marzo de 2010). *Las Rutas Temáticas e Interpretativas*. Recuperado el 18 de 01 de 2015, de EUMED.NET: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/indice.htm>
- SALGADO, R. (2012). Cangahua. En P. R. J., *Estudio del Entorno Natural y Social* (pág. 51). Cayambe-Pichincha: I, AÑO 2012.
- SECOA. (Abril de 2012). *Investigación de mercados*. Recuperado el 21 de Enero de 2015, de Marketing: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>

UNESCO. (26 de Marzo de 2008). *Organización de las Naciones Unidas para la educación, ciencia y cultura*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de Rutas temáticas y turismo cultural: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=36756&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

VILLACIS, C. (2013). Geografía de Circuitos Turísticos. En M. C. Villasis, *Corporación de desarrollo de la Educación Universitaria* (pág. 6). Quito-Ecuador: s/e.

ANEXOS

Anexo N° 10



TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



FORMULARIO 005
Dirección de Proyectos

ACTA DE APROBACIÓN FINAL DE PROYECTOS

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 20 de octubre del 2015

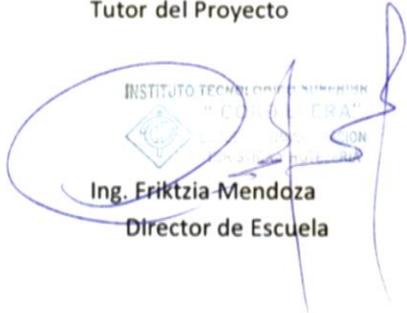
El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) ARECHUA VERGARA MARIA ISABEL, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "PLAN DE PROMOCIÓN DE LA RUTA ECOLÓGICA YUNGUILLA EL BENEFICIO DE LA COMUNIDAD EN LA PARROQUIA DE CALACALÍ, PROVINCIA DE PICHINCHA.", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



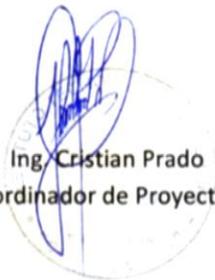
Lcda. Ximena Almeida
Tutor del Proyecto



Ing. Rafael Elizalde
Lector del Proyecto



Ing. Eriktzia Mendoza
Director de Escuela



Ing. Cristian Prado
Coordinador de Proyectos

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs. : 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

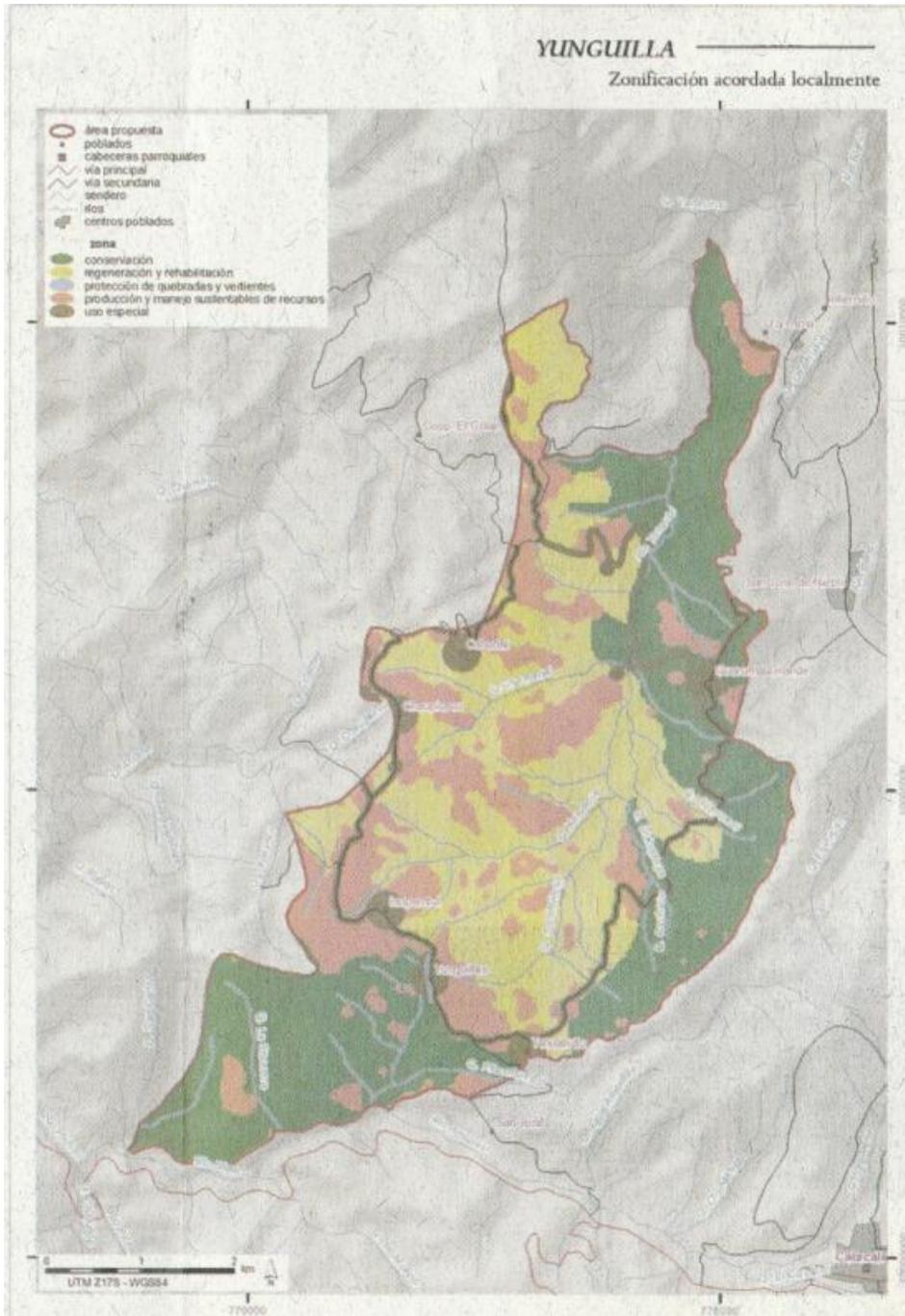
Anexo N° 11

1. ¿Sabe usted donde está ubicada la comunidad de Yunguilla?
Sí No
2. ¿Le gustaría saber más sobre rutas turísticas ecológicas?
Sí No
3. ¿Cree usted que al realizar un plan de promoción de la ruta ecológica Yunguilla incrementarían los visitantes y la demanda?
Sí No
4. ¿Piensa usted que los dueños de locales de negocio serían beneficiados con la presente propuesta?
Sí No
5. ¿Considera usted a la ruta Ecológica como una ayuda para el desarrollo de la Comunidad y del sector?
Mucho Poco Nada
6. Por lo general Ud. Viaja por motivos de:
Ocio Descanso Otros
7. Cuando Ud. Viaja lo hace acompañado de:
Familia Amigos Pareja
8. ¿Qué tan importante considera Ud. la conservación ambiental?
Mucho Poco Nada
9. A través de qué medios considera Ud. se debe dar a conocer la comunidad de Yunguilla?
Radio Volantes Internet Otros

Anexo N° 12



Anexo N° 13



Anexo N° 14

Yunguilla

Conservando el Bosque Nublado

Reserva Yunguilla
Cuenca de Calacalí, Pichincha

Yunguilla
Es el resultado de un proceso de organización comunitaria y conservación ambiental que inicia en el año 1995. Así se implementaron huertos orgánicos, fibricas de procesamiento de lácteos y fruta, y se realizaron los primeros estudios para la implementación de un programa de ecoturismo.

Servicios a la comunidad

Ubicación de la comunidad.

Fiestas y eventos:
Actividades recreacionales.
Gastronomía (elaborada con productos frescos del huerto biológico).
Alojamiento en los albergues.
Guías nativos y capacitados para la interpretación ambiental.

Tour de 3 días: \$130 por persona grupo mínimo 5pax
Caminatas por senderos y observación de los huertos orgánicos.
Cabalalgatas por los alrededores de la comunidad.
Recorrido matutino para observación de flora y fauna de la región.
Participación en fiestas, ritos, juegos, narraciones de leyendas y mitos.
Participación en tareas agropecuarias, en el huerto o vivero comunitario.
Visitas a las actividades productivas.
Convivencia comunitaria.

Tour de fin de semana \$59 por persona grupo mínimo 5pax
Caminatas guiadas por el bosque nublado y por la zona de la comunidad.
Observación de aves y de flora.
Visita a las actividades productivas.
Convivencia comunitaria.

Contactos:
(593) 980215476 - 099 9541537
Mail: info@yunguilla.org.ec
Persona: Deysi Collahuazo

Horarios:
Lunes - Viernes 08am 5Pm
Sábados - Domingo 08am 2Pm

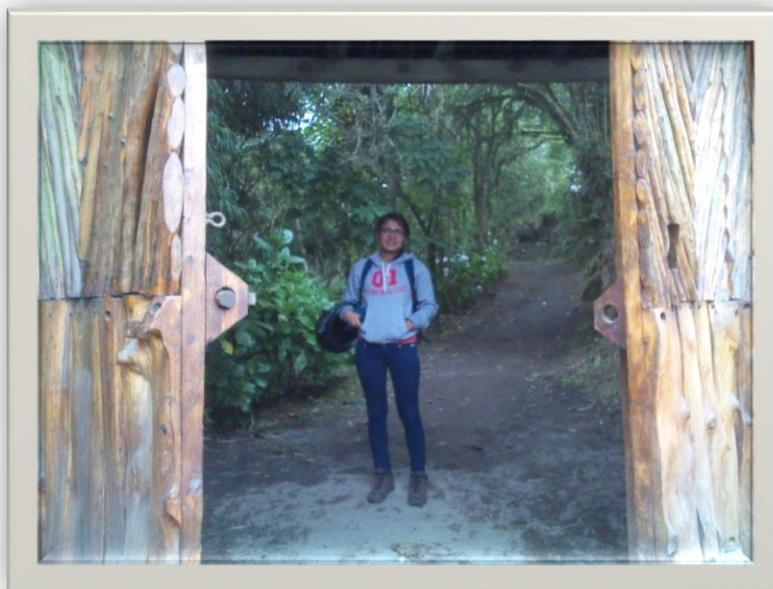
Calacalí - Yunguilla En el parque central de Calacalí puede alquilar una camioneta hasta el destino (4.00 USD).

Anexo N° 15



Ingreso a la comunidad de Yunguilla

Anexo N° 16



Entrada a la casa albergue

Anexo N° 17



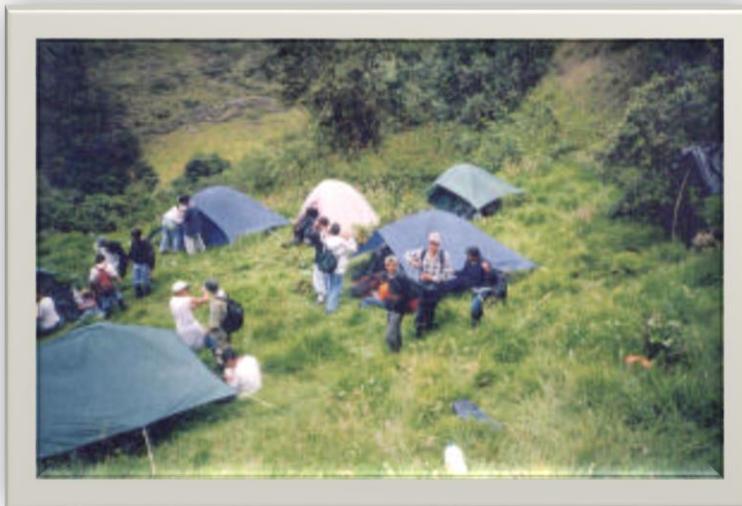
Casa albergue Tahuallullo

Anexo N°15



Instalaciones de la casa Albergue

Anexo N° 19



Área de camping

Anexo N°20



Elaboración de mermeladas

Anexos N° 21



Taller de cocina con productos locales

Anexo N° 22



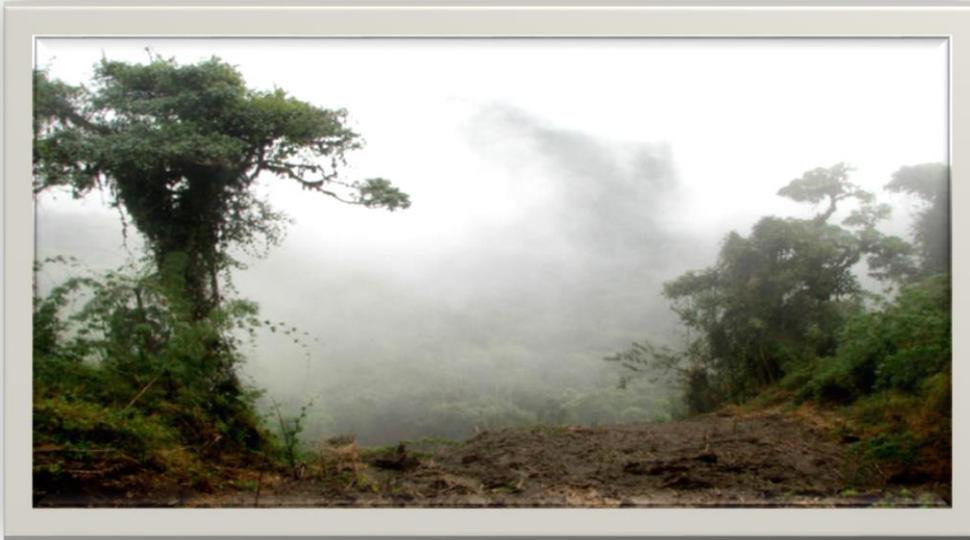
Fábrica de quesos

Anexos N° 23



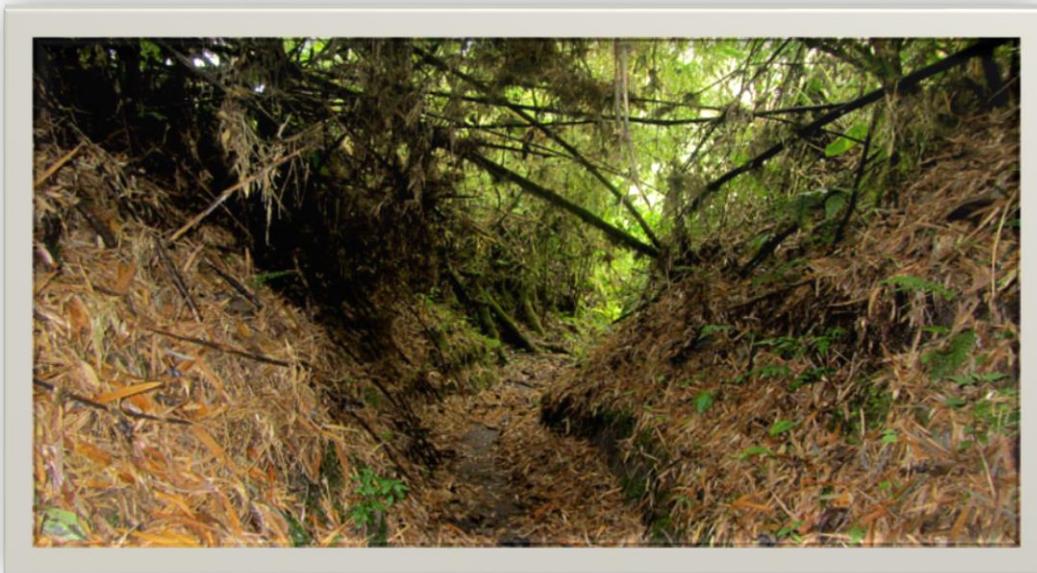
Tienda comunitaria

Anexo N° 24



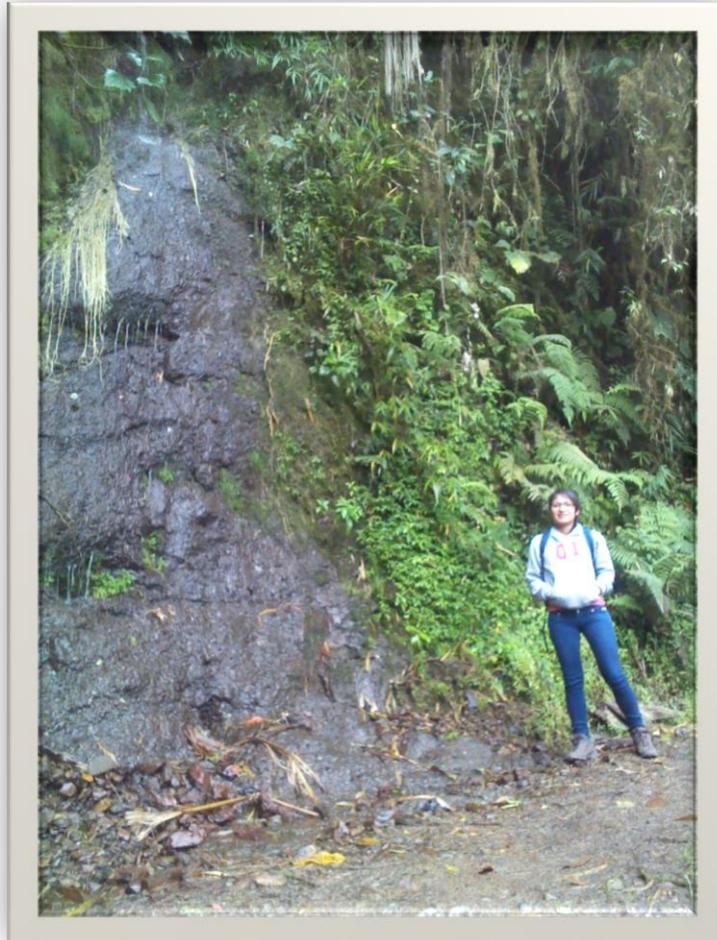
Bosque nublado

Anexo N° 25



Camino de culucos

Anexo N° 26



Canino al bosque nublado

Anexo N°27



Sendero pelagallo

Anexo N° 28



Orquideario

Anexo N° 29

 TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Quito, Septiembre 23 del 2015

Señorita
Deysi Collaguazo
COORDINADORA DE LA CORPORACIÓN YUNGUILLA
Presente.

De mi consideración

Por medio de la presente comunico a Ud. que la Señorita Arechua Vergara María Isabel, portadora de la C.I. 120652813-3, estudiante de Sexto Semestre de la Carrera de Administración Turística y Hotelera del ITSCO, realizará su proyecto de titulación con el tema "Plan de Promoción de la Ruta Ecológica Yunguilla para beneficio de la comunidad, por lo que se solicita de la manera más respetuosa, prestar toda la colaboración necesaria al estudiante, con el fin de que el proyecto pueda ser concluido de una manera exitosa y lograr así los resultados esperados.

Por la favorable atención que brinde usted a la presente, quedo muy agradecida.

Atentamente,

Ing. Frikizia Mendoza Msc.
DIRECTORA DE CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA

Fm.

Matriz: Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Campus 1: Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs. 2430443 / Fax: 2433649	Campus 2: Bracamoros N15-163 y Yacuambi (esq.) Telf.: 2262041	Campus 3: Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Campus 4: Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros
---	--	--	--	---

Anexo N° 30



Corporación Microempresarial Yunguilla

Acuerdo Ministerial N°.63

Quito, 12 de Octubre del 2015

Señores
Instituto Tecnológico Superior Cordillera

Presente:

Por medio de la presente la **Corporación Microempresarial Yunguilla** con RUC Nro. 1791750144001, autoriza a la señorita María Isabel Arechua Vergara, con C.I Nro. 120652813-3 estudiante de sexto semestre de la carrera Administración Turística y Hotelera del ITSCO, realizar un **Plan de Promoción de la Ruta Ecológica Yunguilla**, en donde recibirá información necesaria y el trabajo realizado deberá ser entregado una copia a la Corporación Yunguilla.

La interesada puede hacer uso del presente documento como lo crea conveniente.

CORPORACIÓN MICROEMPRESARIAL



Coordinadora,

Deysi Collaguazo

Coordinadora de Turismo

Corporación Microempresarial Yunguilla

Dirección: Parroquia de Calacalí - barrio Yunguilla QUITO - ECUADOR
Telf: (593/ 0980215476 / 0999541537
Pagina Web: www.yunguilla.org.ec / E-mail: info@yunguilla.org.ec