



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS
RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA
PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE
VISITANTES.

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

Autor: Eduardo Luis Pilicita Chiguano

Tutor: Lcdo. Paúl Villavicencio

Quito, Octubre 2015

Declaración de aprobación de tutor y lector



PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

DECLARATORIA

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

Eduardo Luis Pilicita Chiguano

171827590-0

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

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 **Eduardo Luis Pilicita Chiguanó** por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo 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 administración turística y hotelera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo administración turística y hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **“PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.”**, el cual incluye la elaboración y desarrollo de una revista turística y la elaboración de Trípticos con los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una Revista Turística y la elaboración de Trípticos, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que 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 de la guía en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar la guía por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La distribución pública de ejemplares o copias; b) Cualquier transformación o modificación; c) La protección y registro en el IEPI de la guía a nombre del Cesionario; d) 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, elaboración de una guía turística que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a

título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la guía 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 se derivan del 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 derivada 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 del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil quince.

f) _____
Eduardo Luis Pilicita Chiguano
171827590-0
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Mil gracias a mi hermana esperanza por su apoyo y siempre estar pendiente de mí a pesar de la distancia que nunca fue u obstáculo para ella, agradecerles a mis hermanas Martha y Maritza, a mi padre Rafael que de una manera u otra estuvieron presentes dándome su apoyo y alentándome.

También de manera especial agradecerle enormemente a mi tía Angelita que también ha estado pendiente de mí y dándome ánimos y consejos para sobresalir muchas gracias por todo.

A mis sobrinos que me han servido de inspiración para seguir adelante.

DEDICATORIA

A MI MADRE, ROSITA CHIGUANO, mi eterno amor que con el ejemplo de perseverancia, sacrificio, lucha, dedicación y nunca dejarse vencer por los obstáculos y mal tiempo, me demostró que siempre debo luchar por mis sueños para alcanzarlos cumpliendo mis objetivos y metas; pues con cariño y amor siempre estuvo presente en todo momento bueno y malo, triunfos y fracasos, brindándome su apoyo incondicional; ahora aunque ya no esté aquí, sé que desde el cielo me cuidas y proteges y me das tu bendición, siempre te recuerdo y te llevo en mi corazón y en mi mente para ella con todo el amor y admiración, se lo dedico con un día le prometí y ahora es una realidad. Para mi hermana Verónica y Estalin mi familia, de manera especial pues con su ayuda, confianza y apoyo incondicional no me dejaron en los momentos más difíciles después de la partida de mi madre para ustedes que con sus ánimos y consejos de nunca rendirme no me dejaron caer y me alentaron a seguir adelante.

ÍNDICE GENERAL

Declaración de aprobación de tutor y lector	i
DECLARATORIA	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL.....	iii
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I	1
1.0. Antecedentes	1
1.01. Contexto	4
1.02. Justificación	17
1.03. Definición del problema central (Matriz T)	18
CAPÍTULO II	22
2.0. Análisis de involucrados	22
2.01. Mapeo de involucrados	22
Matriz de análisis de involucrados	24
CAPÍTULO III.....	27
3.0. Problemas y Objetivos	27
3.01. Árbol de problemas	27
3.02. Árbol de objetivos	29
CAPÍTULO IV.....	31
4.0. Matriz de análisis de alternativas	31
4.01. Escala de categorías	31
4.02. Matriz de análisis de alternativas	32
4.03. Análisis de impacto de objetivos	34
4.04. Diagrama de estrategias	36

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

4.05.	Matriz de marco lógico	38
CAPÍTULO V		40
5.0.	Propuesta	40
5.01.	Antecedentes	40
5.01.01.	Análisis FODA	51
5.01.02.	Investigación del mercado	52
5.01.03.	Instrumentos de investigación	53
5.01.04.	Población y muestra	55
5.01.05.	Análisis de la información	57
5.02.	Descripción	67
5.02.01.	Revista turística informativa	67
5.02.02.	Triptico	69
5.02.03.	Fan page	71
5.03.	Formulación del proceso de aplicación de la propuesta	72
CAPITULO VI		73
6.0.	Aspectos administrativos	73
6.01.	Recursos	73
6.01.01.	Recurso Humanos	73
6.01.02.	Recursos Tecnológicos	74
6.01.03.	Recurso Material	74
6.01.04.	Recurso financiero	75
6.02.	Presupuesto	76
6.03.	Cronograma	77
CAPITULO VII		78
7.0.	Conclusiones y recomendaciones	78
7.01.	Conclusiones	78
7.02.	Recomendaciones	79
Bibliografía		80
ANEXOS		82

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL	18
TABLA 2: ANÁLISIS DE FUERZA T	19
TABLA 3: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	24
TABLA 4: MATRIZ ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	26
TABLA 5: ESCALA DE CATEGORIAS	31
TABLA 6: MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	32
TABLA 7: ANÁLISIS DE IMPACTO DE OBJETIVOS	34
TABLA 8: MATRIZ DE MARCO LÓGICO	38
TABLA 9: MATRIZ DE ANÁLISIS FODA	51
TABLA 10: PREGUNTA #1	57
TABLA 11: PREGUNTA #2	58
TABLA 12: PREGUNTA #3	59
TABLA 13: PREGUNTA #4	60
TABLA 14: PREGUNTA #5	61
TABLA 15: PREGUNTA #6	62
TABLA 16: PREGUNTA #7	63
TABLA 17: PREGUNTA #8	64
TABLA 18: PREGUNTA #9	65
TABLA 19: PREGUNTA #10	66
TABLA 20: RECURSO HUMANO	73
TABLA 21: RECURSOS TECNOLÓGICOS	74
TABLA 22: RECURSOS MATERIALES	74
TABLA 23: RECURSOS FINANCIERO	75
TABLA 24: PRESUPUESTO	76
TABLA 25: CRONOGRAMA	77

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: MAPEO DE INVOLUCRADOS	22
FIGURA 2: ÁRBOL DEL PROBLEMA.....	27
FIGURA 3: OBJETIVOS DEL ÁRBOL DEL PROBLEMA	29
FIGURA 4: DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	36
FIGURA 5: PREGUNTA # 1	57
FIGURA 6: PREGUNTA # 2	58
FIGURA 7: PREGUNTA # 3	59
FIGURA 8: PREGUNTA # 4	60
FIGURA 9: PREGUNTA # 5	61
FIGURA 10: PREGUNTA # 6	62
FIGURA 11: PREGUNTA # 7	63
FIGURA 12: PREGUNTA # 8	64
FIGURA 13: PREGUNTA # 9	65
FIGURA 14: PREGUNTA # 10	66

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto propone un plan de promoción turística sobre las tradiciones más relevantes de la parroquia de Machachi la cual recopila información sobre tradiciones y festividades que se desarrollan en la parroquia para ser impulsadas como atractivos turístico como son las fiestas tradicionales, gastronomía y cultura con el objetivo de hacer de las mismas un órgano de difusión e información para ser impulsadas como un atractivo turístico de la parroquia, mediante la creación de una revista informativa y turística.

En esta revista se abordará temas culturales y tradicionales que posee la parroquia de Machachi como sus herencias milenarias, costumbres, tradiciones, fiestas tradicionales populares y gastronomía típica que mantendrá informado tanto a turistas nacionales como internacionales, de la cultura e historia que estas poseen.

Las técnicas utilizadas en este proyecto son las entrevistas, encuesta y observación directa y participativa, las cuales fueron realizadas a varios personajes e historiador que desea rescatar las tradiciones de mi tierra, turistas y posibles visitantes de la parroquia.

Se concluye que con la creación del material promocional y la fan page de Facebook que mantendrá informado e incentivando al turista nacional y extranjero sobre las tradiciones de la parroquia de Machachi y motivando para que visiten la parroquia para de esta manera incrementar el turismo y mejorar la calidad de vida de los pobladores.

ABSTRACT

This project proposes a plan to promote tourism on the most important traditions of the parish of Machachi which collects information about traditions and festivities that take place in the parish to be promoted as tourist attractions such as traditional festivals, food and culture with goal of making a body Mimas information dissemination and stop being driven as a tourist attraction in the parish, through the creation of an information and tourist magazine.

In this magazine cultural and traditional issues that owns the parish Machachi their ancient heritage, customs, traditions, folk festivals and traditional local cuisine that it will keep both national and international tourists, culture and history that these have be addressed.

The techniques used in this project are interviews, surveys and direct and participatory observation, which were made to various characters and historian who wants to rescue the traditions of my country, tourists and potential visitors of the parish.

We conclude that with the creation of promotional materials and Facebook fan page to keep you informed and encouraging national and foreign tourists about the traditions of the parish of Machachi and motivating them to visit the parish to thereby increase tourism and improve quality of life for residents.

INTRODUCCIÓN

El tema seleccionado para el presente proyecto de grado es “PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.”, por lo tanto el proyecto contiene los siguientes capítulos.

CAPÍTULO I, ANTECEDENTES

El capítulo aborda el contexto de concepto y definiciones de conceptos para centrarnos de mejor manera en nuestro tema, la justificación por qué y para que se realiza el proyecto y también contiene la definición del problema central en la cual se realiza un análisis de la matriz T la cual nos ayuda a mirar cómo se puede mejorar el problema.

CAPÍTULO II, ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Se detalla a los involucrados de manera directa e indirecta, en la matriz de análisis de involucrados se detalla en el porcentaje de participación directa e indirectas.

CAPÍTULO III, PROBLEMAS Y OBJETIVOS

En este capítulo se encuentra el árbol de problemas con sus causas y de las cuales derivan sus efectos, también se encuentra el árbol de objetivos los cuales se realizan desarrollando el árbol de los problemas para dar una solución positiva para obtener un resultado favorable al problema principal.

CAPÍTULO IV, ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

Este capítulo comprende sobre el desarrollo de los objetivos en los parámetros de factibilidades, En la tabla de análisis de impactos muestra la relevancia que tendrán los

objetivos para alcanzar el propósito, el diagrama de estrategias tiene un propósito, finalidad, componentes y actividades que se realizarán para el proyecto, también se desarrolla la matriz de marco lógico que expone las estrategias con indicadores y medios de verificación.

CAPÍTULO V, PROPUESTA

Se basa en los antecedentes, el análisis FODA determina el enfoque de la investigación, la metodología de la investigación, tipos de investigación, población y muestra, y la recolección de la información, y se realiza los análisis e interpretación de resultados, con la tabulación de los mismos, además de las encuestas dirigidas, aquí se desarrolla las herramientas a utilizar en la promoción turística como la revista informativa, trípticos y redes sociales.

CAPÍTULO VI, ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Se desarrolla los recursos humanos, tecnológicos, etc., el presupuesto y cronograma de realización del proyecto

CAPÍTULO VII, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se elabora las conclusiones y recomendación que se obtienen a desarrollar este proyecto.

CAPÍTULO I

1.0. Antecedentes

Plan de promoción turística de las tradiciones más relevantes de la parroquia de Machachi en el Cantón Mejía, Provincia de Pichincha para incrementar la demanda de visitantes.

Tema: Promoción Turística

Título del libro: Miguel Ángel Acerenza

Año de edición: 2005

Institución: Trillas

Análisis: El presente libro es de mucha ayuda ya que contiene mucha información sobre la promoción y marketing turístico ideal para mi tema a desarrollarse.

Tema: Turismo en la Economía parte I

Título del libro: Elementos del Turismo

Autor: Jorge Dahdá

Año de Edición: 2011

Institución: Trillas

Análisis: El libro es de mucha importancia en el desarrollo de mi tema pues posee varios temas de importancia como el turismo en la economía.

Tema: Patrimonio Cultural

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Título del libro: Patrimonio Cultural

Autor: Varios

Año de edición: 2009

Institución: UOC

Conclusión: El libro contiene varios temas relacionados con varios temas de mi tesis el cual se convierte en una fuente importante para la investigación.

Tema: Propuesta de acciones para la recuperación de las tradiciones culturales de la ciudad de calceta, cantón bolívar, Manabí

Autor: José Luis Montesdeoca Sánchez

Año de edición: 2014

Institución: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE
MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ

Conclusión: El rescate de las tradiciones es muy importante pues son base de nuestras raíces y de nuestra identidad, de esto se puede tomar para el impulso del turismo.

Tema: Fiestas Tradicionales

Título del libro: Estrategias de relaciones públicas para la difusión de las actividades de la fiesta de la fruta y de las flores

Autor: María Belén Villena Valenzuela

Año de edición: 2010

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Conclusión: La presente tesis puede de ser de gran ayuda para el desarrollo de mi tesis de grado porque posee varios temas de interés relacionado con mi tema.

Tema: Tradiciones y Costumbres

Título del libro: Diseño de un producto turístico para la conservación y uso del patrimonio cultural del centro de turismo comunitario san Virgilio, cantón Arajuno, provincia de Pastaza

Autor: Diego Mauricio Vela Sampedro

Año de edición: 2012

Institución: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Conclusión: La referencia contiene varios temas de valor concernientes a mi tema de tesis la cual me será de gran ayuda en el desarrollo de la misma.

Tema: Cultura Popular

Título del libro: Costumbres y Tradiciones del Cantón Pujilí y su impacto socio-económico.

Autor: Lic. Rosa de Lourdes Vaca Armendáriz

Año de edición: 2010

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Conclusión: Existen varios temas relacionados en lo ámbito popular y cultural los cuales son pautas para el desarrollo de mi proyecto.

1.01.Contexto

Desde tiempos antiguos el hombre ha creado y desarrollado como mostrar a las personas sus tradiciones y costumbres mediante su gastronomía, vestimenta, hogar y en gran parte en sus fiestas populares mediante sus danzas, trajes típicos y demostrando todo su ardor popular.

De acuerdo al texto de Cabezas (1995) Vivencias y Saber Popular del Carchi manifiesta que la cultura debe estar inmersa en la lucha por la sobrevivencia en la pérdida de la identidad cultural en la configuración de un conflicto entre pasado y futuro, en la ausencia de las raíces que muestran nuestra vida cotidiana, sin guía para transitar el camino hacia delante. La memoria individual colectiva y creativa de los pueblos se va esfumando como crepúsculo de las desilusiones.

1.01.01. Terminología

1.01.01.01. Plan

Un plan es ante todo la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima organización, adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación del plan. (Defenición, 2012)

1.01.01.02. Promoción Turística

Según Revete (2007) probablemente, la promoción turística, que en buena parte asume la Administración, es una de las actividades más apreciadas y valoradas por el sector turístico de un destino, al suponer un considerable ahorro. Precisamente de ello se han quejado las Administraciones, y por eso, poco a poco el sector privado participa más en la promoción turística. Como ya hemos explicado antes, las Administraciones han creado, ya hace tiempo, organismos autónomos para la realización de esta función de promoción turística. Estos institutos o agencias de promoción turística se han encargado de coordinar los intereses de los destinos locales (cuando eran organismos nacionales o regionales) y del sector privado. En la financiación de esta actividad, que al inicio procedía exclusivamente de fondos públicos, han participado cada vez más las empresas turísticas, de manera que consorcios de promoción como Turismo de Barcelona, por ejemplo, ya hace años que funcionan con una financiación mixta, pública y privada a partes iguales. En el ámbito estatal o autonómico, esta financiación compartida no es tan fácil que se dé, ya que el impacto de la promoción de un país o de una región parece menos perceptible para el empresario que la promoción hecha para el ente local. De todos modos, lo que sí que llevan a cabo estos organismos de promoción autonómicos o estatales es organizar acciones sectoriales, o dirigidas a mercados o segmentos de mercado específicos, en las cuales el empresario participa aportando recursos económicos.

1.01.01.03. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (2015), el turismo consiste en los viajes y

estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

1.01.01.04. Visitantes

El visitante es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, lo que excluye los movimientos migratorios de carácter laboral.

Debe haber un desplazamiento o viaje de la persona a un lugar distinto al de su entorno habitual, que excluirá los desplazamientos cotidianos o regulares entre el domicilio y el lugar donde trabaja o estudia.

La estancia en el lugar visitado no debería ser superior a 12 meses consecutivos.

(Turismo, 2010)

1.01.01.05. Demanda turística

La componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y

sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos. (Tourism In, Ecuador, 2010)

1.01.01.06. Oferta Turística

“La oferta turística, en cambio, es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado.” (Landi, 2013)

1.01.01.07. Cultura Popular

Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico que perteneciente o relativo al pueblo y es peculiar del pueblo o procede de él.

Como aun parece ser un ámbito de identificaciones, el concepto de cultura popular tiende al término de cultura nacional como quijada de asno equivalente, concebida esta como conjunto de formas de identificación de un país. Una especie de espinazo intrahistórico; es decir una historia de lo cotidiano, contera piedras inevitables de la literatura pero no para historia oficial.

El término “cultura popular” comparte asimismo su gloria con la palabra folclor (Voz inglesa compuesta por Folk- Pueblo y lore- saber tradicional) un corpus cultural integrado por creencias, leyendas proverbios cantos y artes populares que están incorporados a la tradición de una comunidad y, en sentido amplio las costumbres y usos que se esfuerzan en perpetuar las formas culturales antiguas.

Esta acepción contiene a su vez la definición misma de cultura en sentido lato, y la de cultura popular en sentido escrito. (Aceranza, 2005, pág. 38)

1.01.01.08. Tradición

El término tradición es una palabra procedente del vocablo latín traditio, y éste a su vez del verbo tradere, que significa entregar o transmitir. La tradición es la transmisión de costumbres, comportamientos, recuerdos, rumores, creencias, leyendas, para las personas de una comunidad, y lo que es transmitido se convierte en parte de la cultura.

Para que algo sea establecido como una tradición se necesita mucho tiempo, de manera que se cree el hábito. Las diferentes culturas e incluso las diferentes familias tienen diferentes tradiciones. Algunas de las celebraciones y las fiestas (religiosas o no), y su folclore, forman parte de la tradición de una sociedad. A menudo, algunas personas siguen una tradición particular sin siquiera pensar en el verdadero sentido de la tradición en cuestión. (Significados, 2013)

1.01.01.09. Manifestaciones de la cultura popular ecuatoriana.

El núcleo de la cultura popular ecuatoriana es lo religioso mezclado con tradiciones aborígenes: centro de su sistema planetario a cuyo alrededor giran los planetas del comercio, las costumbres, el turismo, las tradiciones en cuya esencia viven la música, la comida, la danza, los ritos, las artesanías, las leyendas y tradiciones nacidas en el núcleo del populacho. (Ecuatoriana, 2011)

1.01.01.10. La fiesta.

La fiesta, en las comunidades indígenas, es considerada el mayor rasgo de

identidad comunitaria, que se fue generando en la dinámica cultural impuesta por las relaciones de producción y la diferenciación social en la época terrateniente.

No se puede negar que fruto de ello, surgen desde la colonia y la república, ricas manifestaciones festivas que actualmente son consideradas “Nacionales”.

(Ecuatoriana, 2011)

1.01.01.11. Danza y Música.

Son ejes fundamentales de la fiesta, fortalecen las estructuras sociales y comunitarias; sobre todo la identidad, cuando ejerce su función asociativa en momentos clave de la cultura. Como habíamos mencionado, pese a los cambios culturales ocurridos en los pueblos indígenas, montubios y negros del Ecuador todavía se manejan símbolos que aglutinan significados y actúan como principales ejes de las prácticas musicales. (Ecuatoriana, 2011).

1.01.01.12. Atractivo Turístico

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como los naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos

materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Aceranza, 2005, pág. 46)

1.01.01.13. Recurso Turístico

Cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico. (virtuales, 2012)

El concepto de recurso turístico implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad turística de un determinado espacio. (Aceranza, 2005, pág. 45)

1.01.01.14. Patrimonio

El patrimonio constituye el conjunto de elementos tanto del tipo físico-natural como contruidos así como otros espacios culturales que su atracción puede

representar la primera materia potencial sobre la que se habrá que realizar una intervención por parte de los responsables del desarrollo turístico para convertirlos en recursos turísticos. (Turismo E. D., 2010)

1.01.01.15. Parroquia

Parroquia es un término que procede del latín parochia y que tiene su antecedente más lejano en un vocablo griego. Puede utilizarse en el ámbito religioso para nombrar al templo donde se brinda atención espiritual a los creyentes y se ejerce la administración de los sacramentos. El concepto también permite hacer referencia a la comunidad de fieles y a la región territorial que depende de una determinada jurisdicción espiritual. (Worpress, 2015)

1.01.01.16. Gastronomía

La gastronomía es el arte de la preparación de una buena comida. La palabra, como tal, proviene del griego γαστρονομία (gastronomía).

La gastronomía se compone de un conjunto de conocimientos y prácticas relacionadas con el arte culinario, las recetas, los ingredientes, las técnicas y los métodos, así como su evolución histórica y sus significaciones culturales.

(Worpress, definicio.de, 2015)

1.01.01.17. Turismo Nacional o Domestico

El turismo practicado dentro del país por quienes en él viven, es un tema de constante exposición, por tratarse de un aspecto que implica el derecho a viajar de los nacionales, la necesidad de conocer su patria y gozar de sus vastos valores culturales. (Aceranza, 2005, pág. 66)

1.01.01.18. Marketing

“Considera al marketing como el proceso de planificar y llevar a cabo el diseño, la fijación de precios, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales.”

(BENNET, 1988)

1.01.01.19. Plan de marketing

Es un documento en el cual se especifican las decisiones adoptadas en relación con los productos y servicios que se comercializan. Este documento, además de fijar objetivos y metas precisas, contiene un esquema pormenorizado y completo de las actividades turísticas que deben intervenir y el orden en que han de ejecutarse. (Aceranza, 2005, pág. 18)

1.01.01.20. Marketing turístico

Se entiende la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional o internacional, para satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr de esta forma, un beneficio apropiado. (Krippendorf, 1971, pág. 46)

1.01.01.21. Producto turístico

“Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas .en la práctica puede ser visto como una amalgama de atracciones y alojamientos y entretenimientos”.

(Aceranza, 2005, pág. 17)

1.01.01.22. La promoción

Comprende todos los instrumentos de la combinación de marketing, cuya función principal es la comunicación persuasiva.

Las acciones de promoción, por su parte tiene como finalidad la publicidad del producto o servicio, y el empleo de las técnicas promocionales destinadas para estimular la compra o consumo o visita. (Kotler, 1974, pág. 797)

1.01.01.23. Potencial Turístico

Desde hace tiempo el turismo se ha convertido en una de las fases más vigorosas dentro de la economía de un país con beneficio han posibilitado en años recientes el nacimiento y la promoción de centros turísticos, los cuales en un corto lapso se tornan en auténticos polos de prosperidad regional. (Aceranza, 2005)

1.01.01.24. Provincia de Pichincha

Oficialmente llamada Provincia de Pichincha, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la región geográfica conocida como sierra. La ciudad de Quito es capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha, además es la ciudad más poblada de su región.

Su nombre se debe al volcán activo Pichincha ubicado al centro norte de Quito, tiene una altura de 2816m.s.n.m., su fecha de creación es el 25 de junio de 1824.

Limita al Norte con Imbabura y Esmeraldas; Sur: Cotopaxi; Este: Sucumbios y Napo; Oeste: Santo Domingo de los Tsáchilas. (GAD, Provincia de Pichincha,

2015)

1.01.01.25. Cantón Mejía

El cantón Mejía está ubicado al sur-orienté de la provincia de Pichincha, a tan solo 45 minutos de la ciudad de Quito, Capital del Ecuador. Se asienta majestuoso en un valle de suelo fértil, envuelto de una infinidad de paisajes naturales entre montañas y nevados, que lo convierten en un maravilloso lugar visitado por turistas nacionales e internacionales.

Mejía fue creado, mediante Decreto Oficial, el 23 de julio de 1883 y lleva su nombre en honor al ilustre quiteño José Mejía Lequerica. Está conformado por su Cabecera Cantonal, Machachi, y siete parroquias rurales: Alóag, Aloasí, Cutuglagua, El Chaupi, Manuel Cornejo Astorga (Tandapi), Tambillo y Uyumbicho. (GAD, Municipal del Cantón Mejía, 2015)

1.01.01.26. Machachi

El P. Pablo Reyes, en su Monografía sobre nuestro cantón, traslada lo siguiente: “Etimología de la palabra Machachi... Según el sentir de la Misión Geográfica del Ejército, para la medición del Meridiano Ecuatoriano, en el tomo segundo, pág. 26 de los años 1899 y 1906, dice que la etimología de la palabra Machachi es: MA: grande, largo; CHA: Tierra, suelo, terreno; CHI: vivo, activo. Lo mismo que decir: Gran terreno activo, esto significa la palabra Machachi”.

Machachi: exposición eterna donde nunca muere el verdor de sus campos.

Caminan hacia ella todos los senderos. Está paciéndo su verdura en todos los

contornos.

Machachi se encuentra asentada en el sur de la Provincia de Pichincha, en el centro norte de la Región Interandina del Ecuador. La ciudad está asentada sobre un extenso valle a 2945 metros sobre el nivel del mar, en medio de los volcanes: Paschoa, Rumiñahui y Corazón; también se encuentra muy próximo a las cumbres nevadas Cotopaxi e Ilinizas que influyen mucho en el clima de Machachi, vuelven al clima de la ciudad mucho más frío que otros valles Interandinos de la Provincia. (Reyes, 2010)

1.01.01.27. Gastronomía de la parroquia

Este rincón se distingue por su gastronomía es basada en recetas ancestrales elaboradas con los productos de nuestra tierra.

Entre las delicias que ofrece se destacan:

- Las tortillas con hornado.
- Caldo de gallina criolla
- Sopa de arroz
- El caldo de patas.
- Yaguarlocro.
- Cocinado
- Caldo de Humacha
- Papas con cuy
- Chicha de jora

1.01.01.28. Fiestas tradicionales

1.01.01.28.01. Paseo del Chagra

Tuvo su origen en Machachi como remembranza de la erupción del volcán Cotopaxi, ocurrida en el año 1877. De un modo milagroso, el gran Pasochoa y el Rumiñahui salvaron a los pobladores de Tambillo y Machachi de sufrir los terribles efectos de dicho acontecimiento. Ellos esperaron pacientemente a que la cúspide del volcán Cotopaxi se cubriera nuevamente de nieve y, cuando esto aconteció, optaron por realizar una minga ganadera, corraleando y conduciendo a los lugares de origen a las reses, equinos y otros animales domésticos que se desperdigaron con el suceso.

Casi un siglo más tarde Raúl Guarderas lidero el grupo de mentalizadores del primer “Paseo Procesional del Chagra” para conmemorar el centenario de la cantonización de Mejía quienes fundaron la Asociación Cofradía del Chagra (ACOCHA). En julio se celebra el centenario del Cantón Mejía, se festeja a Santiago Apóstol, patrono de Machachi y se conmemora la erupción del Cotopaxi. (Fajardo, 2015)

- El Sanjuanazo.(el carnaval)
- Independencia de Machachi.
- Pamplonazo.
- Toma de la plaza
- Pregón de fiestas

1.02. Justificación

El Ecuador es un país mega diverso en cuanto a su flora y a su fauna pero además posee una gran diversidad étnica las cuales son muy llamativas por sus costumbres y tradiciones y lo que representa a su origen también son sus fiestas populares lo que son muestra real de las tradiciones de los pueblos.

Un plan de promoción turística enfocada en la parroquia de Machachi en el Cantón Mejía es una de las herramientas que ayudara al mismo a su desarrollo mediante sus tradiciones más relevantes las cuales a su vez ayudaran a promocionar a la parroquia como un destino turístico aumentando su desarrollo socio-económico y al rescate de la cultura que poco a poco se puede ir perdiendo y con esto la identidad de un pueblo, debido a que por muchos años estas tradiciones se han convertido en una parte esencial de las culturas de la sierra, y estas serán recordadas mediante su gastronomía, sus atractivos turísticos naturales y culturales y principalmente por el folclore de sus fiestas. Razón por la cual el plan conllevara una gran afluencia de turista nacionales y extranjeros y de esta manera incrementaría la demanda de visitantes los cuales contarán con un destino particular para su visita y estadía, por el motivo que mediante la promoción turística las tradiciones y fiestas van hacer muy conocidas y existiría el afluente de personas las cuales posteriormente también visitarán los diferentes atractivos turísticos que presentan la parroquia.

Por lo tanto la implantación de un plan de promoción turística en la parroquia sobre sus fiestas favorecerá tanto el aspecto económico y calidad de vida de los habitantes y lo más importante al rescate y preservación de las tradiciones que posee este pueblo.

1.03. Definición del problema central (Matriz T)

Tabla N°01

Escala

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

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

La escala de valoración sirve para analizar la intensidad y el potencial de cambio donde 1=BAJO; 2=MEDIO BAJO; 3=MEDIO; 4=MEDIO ALTO; 5=ALTO

5 corresponde al puntaje alto, donde esta será la valoración máxima en la tabla de matriz de análisis; sucesivamente va descendiendo encontrando que 4 corresponde a medio alto que no ocupa todos los requisitos completamente; el 3 corresponde a medio se encuentre en el centro de valoración de la tabla siendo ni el mejor ni la peor valoración; 2 es medio bajo acercándose a la valoración más baja en la tabla.

La valoración más baja que se da en esta tabla de matriz de análisis de fuerzas corresponde a 1 igual bajo.

Tabla N° 2

Matriz de análisis de fuerzas

PROBLEMA EMPEORADO	PROBLEMA CENTRAL				PROBLEMA MEJORADO
Detiene el desarrollo de la parroquia sin la promoción turística de sus tradiciones y atractivos	Falta de promoción turística de las tradiciones más relevantes de la parroquia				Desarrollo de un plan de promoción turística para el desarrollo de la parroquia.
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Mejorar la infraestructura de A&B y hotelera de la parroquia.	4	3	3	5	Falta de promoción turística y poca infraestructura de A&B hotelera.
Manejo de la información de promoción turística de las fiestas.	4	3	3	3	Falta de organización en mejorar la información de las fiestas.
Manejo de estadísticas de ingresos de visitantes a la parroquia	2	2	2	2	No existe registro de visitantes.
Difundir de una mejor manera las festividades y atractivos turísticos.	5	4	3	4	Falta de actividades con relación a las fiestas tradicionales y de sus atractivos de la parroquia
Incentivar a las personas de parroquia en la participación de las fiestas populares de la parroquia	4	2	3	4	No existe ningún incentivo por la participación de los habitantes de la zona

Elaborado por: Eduardo Pilicita

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Análisis:

Mejorar la infraestructura hotelera posee una intensidad de 4 lo cual es muy bueno ya que permitirá el desarrollo del turismo en la parroquia y para lo cual se debe mejorar el potencial de cambio en 3.

Falta de promoción turística tiene una intensidad de 4 pues una barrera para el desarrollo del turismo en la parroquia esta debe reducirse por este motivo el potencial de cambio es 5.

Mejorar el manejo de promoción turística posee una intensidad de 4 pues ayudara a una mejor organización y distribución de la promoción turística debe realizarse con un potencial de cambio 3 pues será de nivel medio en la mejoría de la promoción turística
Falta de organización en la información de los atractivos turísticos tiene una intensidad de la cual es una fuerza bloqueadora media alta y su potencial de cambio debe ser medio alto para un mejor manejo de información de los atractivos turísticos.

Manejo de estadísticas de ingresos de turistas tiene una intensidad de 2 y un potencial de cambio de 2

Al no existir un registro de visitantes no se conoce el aumento o disminución de ingreso de turistas el cual es un punto bajo de intensidad de 2 y necesita un potencial de 2 para mejorar las estadísticas.

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

La difusión de las fiestas tradicionales tiene una intensidad de 5 que representa un punto alto y necesita un potencial de muy alto 4.

Falta de actividades relacionadas con las fiestas tradiciones tiene una intensidad de 3 la cual es de nivel medio pero se debe mejorar para atraer al turista e involucrar a los habitantes con potencial de 4

Incentivar a las personas a participar en las festividades tiene una intensidad de 4 y de nivel alto ya que los habitantes son los primeros en participar.

No existe ningún incentivo a los participantes es uno de los principales obstáculos ya que son los entes participativos, los cuales al verse sin necesidad de participar se lejan poco a poco quitando una mejor participación en las fiestas y un desarrollo de las mismas en una forma alegórica y llena de festividad los parámetros se tiene que en la intensidad es 3 y en la en potencial de cambio tiene una valoración de 5 la cual se debe mejorar en la participación de los habitantes de la parroquia.

CAPÍTULO II

2.0. Análisis de involucrados

2.01. Mapeo de involucrados

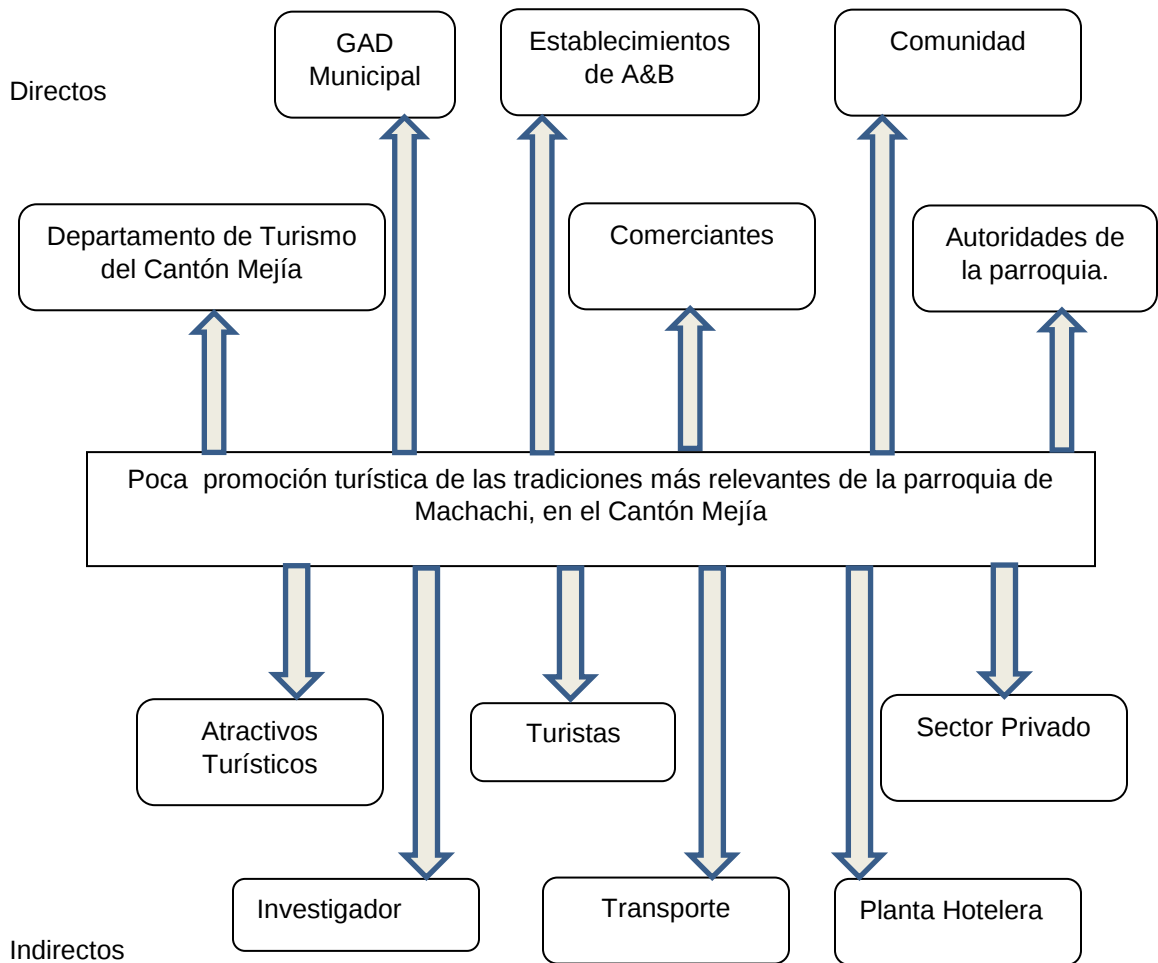


Figura N° 1

Mapeo de involucrados

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

En el gráfico de mapeo de involucrados se beneficiaran directamente el GAD municipal, el municipio del Cantón Mejía, departamento de turismo del Cantón, autoridades del cantón son participantes directamente como autoridades e instituciones ganarán prestigio y fiabilidad pues son representantes y responsables de la parroquia que la dirigen; La comunidad, comerciantes, negocios de A&B participan directamente en actividades turísticas de la parroquia los cuales incrementaran sus ventas e ingresos económicos y mejorando sus locales comerciales y su calidad de producción.

Los beneficiarios indirectos también llevan alguna proporción de satisfacción a la creación de la promoción turística ya que de una manera u otra estos también son participantes activos y se verán beneficiados con información a su alcance y su mejor desarrollo en las festividades.

Los cuales tenemos los atractivos turísticos pues estos también se beneficiaran con el crecimiento de turistas al parroquia; los turistas tendrán mejor información sobre las actividades que se realizaran en las fiestas y las fechas programadas para los hechos; el sector privado indirectamente se beneficia con el aumento de producción y demanda de sus productos; transporte el incremento de turista para llegar al lugar o lugares de los atractivos turísticos se aumentara pues existirá mayor demanda de sus servicios; investigador con este proyecto de grado se sirve del mismo para su presentación como tema final para su obtención de título; la planta hotelera se verá ayudado con mayor afluencia de potenciales clientes para su establecimiento los cuales incrementaran sus ingresos económicos.

Matriz de análisis de involucrados

Tabla N° 3

Análisis de involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
GAD Municipal	X		15
Comunidad	X		15
Departamento de turismo del Cantón Mejía	X		10
Comerciantes	X		10
Establecimientos de A&B	X		15
Autoridades de la parroquia	X		7
Atractivos turísticos		X	5
Turistas		X	5
Sector Privado		X	3
Transporte		X	5
Investigador		X	5
Planta Hotelera		X	5
Total			100 %

Elaborador por: Eduardo Pilicita

Análisis:

En la tabla matriz de análisis de involucrados los beneficiarios directos tenemos que estos poseen una mayor participación en este plan de promoción turística como son GAD Municipal en un 15%, Comunidad 15%, Departamento de Turismo del Cantón Mejía en 10%, comerciantes 10% comercios de A&B en 15%, Autoridades de la parroquia 7%.

Los beneficiarios indirectos mantienen un porcentaje inferior con relación a los beneficiarios directos ya que estos no van a obtener un mayor ganancia pero sí tendrán algún aporte para sí mismos así esta los atractivos turísticos en un 5%, Turistas 3%, sector privado 3%, transporte 5%, Investigador 3%, Planta Hotelera 5%.

La sumatoria total de los beneficiarios directos e indirectos está en 100% , pues que cada uno de estos posee porcentaje determinados en el plan de promoción turística dando como resultado que los beneficiarios directos tienen un 72% en la sumatoria total y el restante es 28% distribuido para los beneficiarios indirectos.

Tabla N°4
Matriz de involucrados

Involucrados	Interés sobre el problema	Objetivos	Cooperaciones y conflictos
GAD Municipal	Aportar económicamente para el desarrollo de la promoción turística	Promocionar a las tradiciones como destino turístico nacional	Insuficientes partidas presupuestarias
Comunidad	Fomentar el turismo entre la comunidad	Promover al turismo como fuente de ingreso primordial	Parte de la población apoya otros proyectos
Departamento de turismo del Cantón Mejía	Ejecutar proyectos de promoción turística para el cantón	Promover nuevos proyectos de promoción turística en pro del cantón.	Importancia a Atractivos turísticos destacados.
Comerciantes	Manejar buenas prácticas de servicio.	Obtener mayor beneficios económicos	Mala atención a los turistas.
Establecimientos de A&B	Adecuado proceso de manipulación de alimentos	Establecerse como un destino gastronómico	Disconformidad entre establecimientos.
Autoridades de la parroquia	Mantener una política de turismo como lo primordial	Promover al turismo como fuente de ingreso primordial	Prioridad a otros proyectos ajenos al turismo para el desarrollo del cantón
Atractivos turísticos	Poseer información actualizada.	Realizar una promoción turística adecuada para cada uno de los atractivos	Inventario de atractivos turísticos desactualizados.
Turistas	Obtener información adecuada de los servicios y atractivos	Incremento de los turistas.	No obtienen la información suficiente
Sector Privado	Invertir en negocios locales	Incrementar plazas de trabajo para la comunidad	Poca participación y aporte en las actividades turísticas.
Transporte	Mejorar la calidad de servicio.	El uso del transporte público es utilizado frecuentemente	Las frecuencias hacia la ciudad de Machachi son constates
Investigador	Elaboración de promoción turística sobre las tradiciones	Incrementa la demanda de turistas por conocer las tradiciones de la parroquia	No contar con el apoyo necesario por parte de las autoridades
Planta Hotelera	Mejorar planta hotelera y de servicio	Poseer una adecuada planta hotelera	Insuficientes alianzas estratégicas

Elaborado por : Eduardo Pilicita

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

CAPÍTULO III

3.0. Problemas y Objetivos

3.01.Árbol de problemas

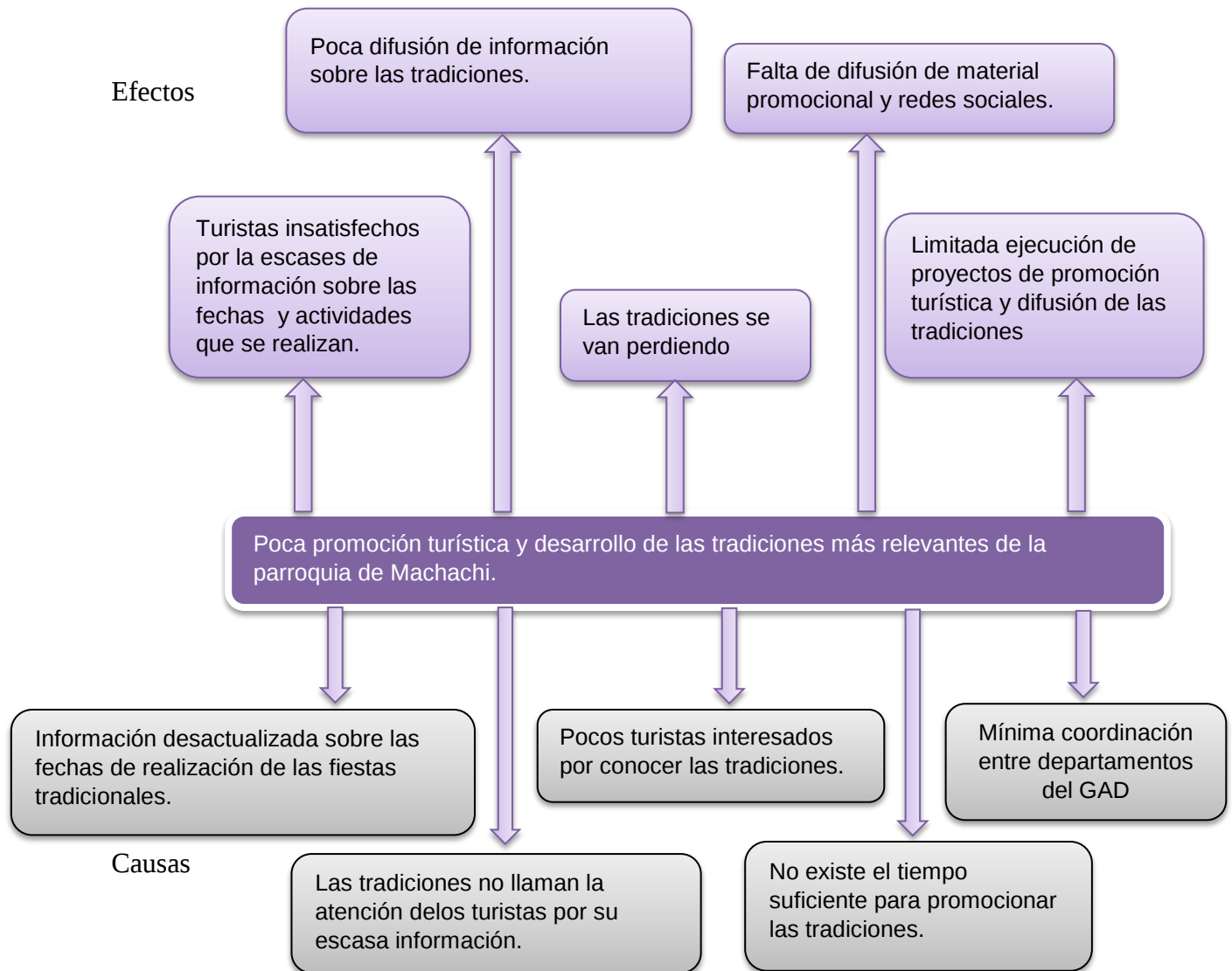


Figura N°2

Árbol de problemas

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

En la figura del árbol de problemas las causas son información desactualizada sobre as fechas de realización de las fiestas tradicionales y como efecto se tiene que los turistas están insatisfechos por la escases de información sobre las fechas y actividades que se realizan, estos problemas tienden a agravarse y necesitan una pronta solución es de varios efectos los cuales bajan la llegada de turistas y perdida de estas fiestas tradicionales.

El árbol de problemas contiene varias causas que ocasionan el problema principal y son factores que empeoran el problema y detienen el desarrollo de la parroquia todas estas causas tienen su efecto que en si continúan empeorando el problema y nos dan pautas en lo que debemos mejorar a nuestro problema.

Entre os cuales se tiene como causas las tradiciones no llaman la atención delos turistas por su escasa información, pocos turistas interesados por conocer las tradiciones, no existe el tiempo suficiente para promocionar las fiestas, mínima coordinación entre departamentos del GAD; y los efectos que empeoran este problema y mas se agrava pues son: poca difusión de información sobre las tradiciones, las tradiciones se van perdiendo, falta de difusión de material promocional y redes sociales, limitada ejecución de proyectos de promoción turística y difusión de las tradiciones estas son los efectos respectivamente de cada una de las causas.

3.02.Árbol de objetivos

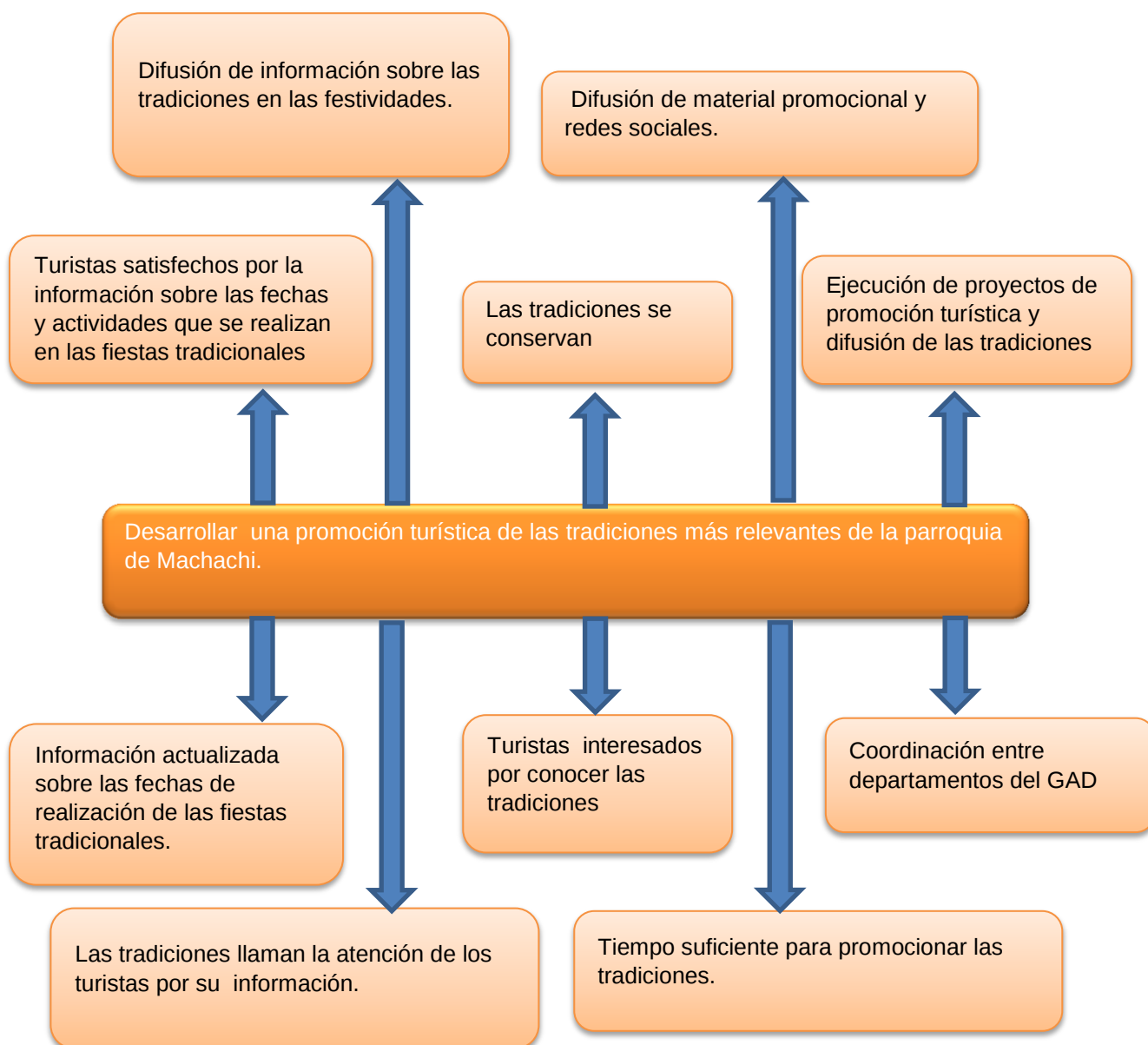


Figura N° 3

Árbol de objetivos

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

Los objetivos se realizan desarrollando el árbol de los problemas para dar una solución positiva para obtener un resultado favorable al problema principal.

El objetivo principal desencadena los diversos objetivos secundarios de las múltiples necesidades que poseen las fiestas tradicionales y que necesitan para ser promocionadas de una mejor manera para mejorar cada una de las falencias presentadas convirtiéndolos en positivo y convertirlos en fortalezas como son desarrollar poseer información actualizada sobre las fechas de realización de las fiestas tradicionales, las tradiciones llaman la atención de los turistas por su información, turistas interesados por conocer las tradiciones, tiempo suficiente para promocionar las fiestas, coordinación entre departamentos del GAD, todos estos objetivos son los que se proponen para ser cumplidos y deben ser desarrollados.

Los fines de los objetivos propuestos son a metas por cumplir y son obtener turistas satisfechos por la información sobre las fechas y actividades que se realizan en las fiestas tradicionales, difusión de información sobre las tradiciones en las festividades, las tradiciones se conservan, difusión de material promocional y redes sociales, ejecución de proyectos de promoción turística y difusión de las tradiciones, estos fines son los que se quieren lograr mediante este proyecto lo cual será para promocionar las tradiciones de la parroquia de Machachi.

CAPÍTULO IV

4.0. Matriz de análisis de alternativas

4.01. Escala de categorías

Tabla N°5

Escala de categorías

Escala	Categoría
1-5	Bajo
6-11	Medio bajo
12-17	Medio alto
18-25	Alto

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis

la tabla escala de categorías tienen los dos parámetros escala y categoría donde los rangos son los siguientes de 1-5 representando bajo, 6-11 medio bajo, 12-17 medio alto, 18-25 alto estos valores son los que representan y dan valores a las escalas.

4.02. Matriz de análisis de alternativas

Tabla N° 6

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Información actualizada sobre las fechas de realización de las fiestas tradicionales.	4	3	3	4	3	17	Media alta
Las tradiciones llaman la atención de los turistas por su información.	5	3	3	3	2	16	Media alta
Turistas interesados por conocer las tradiciones	3	4	3	3	2	15	Media alta
Tiempo suficiente para promocionar las tradiciones.	2	2	2	3	4	13	Media alta
Coordinación entre departamentos del GAD	4	3	3	3	2	15	Media alta
Turistas satisfechos por la información sobre las fechas y actividades que se realizan en las fiestas tradicionales.	4	2	2	4	2	14	Media alta
Difusión de información sobre las tradiciones en las festividades.	4	2	3	2	2	13	Media alta
Las tradiciones se conservan.	3	3	3	3	3	15	Media alta
Difusión de material promocional y redes sociales.	4	3	3	3	2	15	Media alta
Ejecución de proyectos de promoción turística y difusión de las tradiciones	3	3	3	3	4	16	Media alta

Matriz de análisis de alternativas

Elaborador por: Eduardo Pilicita

Análisis

La tabla matriz de análisis de objetivos se encuentra en desarrollar la difusión de la promoción turística la parroquia con el tiempo necesario en todos sus parámetros tiene un total de 17 puntos y se encuentra en la categoría media alta, elaboración de trípticos informativos de las festividades tradicionales tiene categoría alta siendo viable el proyecto, elaboración de un registro de visitantes para obtener información de incremento o disminución de los mismos poseen viabilidad con 15 puntos tiene un rango de medio, inclusión de las autoridades a los programas de las fiestas tradicionales para que conozcan de mejor manera las costumbres y tradiciones 13 puntos de viabilidad media alta.

Promoción turística mediante la formación páginas web para que los visitantes obtengan información 15 puntos. Participación de la población en las actividades de las fiestas tradicionales 13 pues tiene una influencia media alta pues son los actores directos de estas fiestas.

Motivación a los visitantes mediante redes sociales, mostrando las actividades que se realizan en las festividades tradicionales 14 puntos media alta. Coordinación entre departamentos del GAD municipal para mejorar el desarrollo de las fiestas tradicionales 15 puntos media alta.

4.03. Análisis de impacto de objetivos

Tabla N° 7

Análisis de impacto

	Factibilidad a lograrse (Alta- Media - Baja) (4 – 2 – 1)	Impacto en genero (Alta-Media - Baja) (4 – 2 – 1)	Impacto ambiental (Alta-Media - Baja) (4 – 2 – 1)	Relevancia (Alta- Media - Baja) (4 – 2 – 1)	Sostenibilidad (Alta- Media – Baja) (4 – 2 – 1)	TOTAL
O B J E T I V O S	-Los beneficios son mayores que los costos.	-Incrementa la participación de ambos géneros.	-Cuida al medio ambiente	-Aumenta los ingresos económicos sobre los beneficiarios.	-Fortalece la participación de los beneficiarios y la población local.	56 puntos
	-Cuenta con financiamiento.	-Genera fuentes de trabajo para hombre y mujeres.	-Contribuye a proteger los recursos naturales.	-Responde a las expectativas de los beneficiarios	- Aumenta los ingresos económico los cuales serán destinados al mantenimiento de los mismo y mejoras de la parroquia.	22 a 33 Baja
	-Existe la tecnología adecuada para su realización		-Protege las especies y ayuda a la conservación de los animales.	-Preserva la cultura autóctona de la parroquia.		33 a 44 Media Baja
						45 a 66 Media Alta
					-Fortalece la unión parroquial	66 a 88 Alta
	12	8	12	12	12	Media Alta

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

En la tabla de análisis de impactos muestra la relevancia que tendrán los objetivos para alcanzar el propósito midiendo aquí la factibilidad a lograrse lo que se espera es que los beneficios sean mayores que los costos, que además se debe contar con un financiamiento y también con la ayuda de la tecnología.

El impacto en género incrementa la participación de ambos géneros y con este plan habrá y generará fuentes de trabajo para hombre y mujeres mediante la creación de puestos de trabajo por ayuda del turismo; el impacto ambiental es el que ayudará a cuidar el medio ambiente así contribuir a proteger los recursos naturales, la relevancia es el medio por el cual se aumentara los ingresos económicos beneficiando así al turismo y a los pobladores y poder responder a las expectativas de los beneficiarios.

En cuanto al punto de sostenibilidad los habitantes fortalece la participación de los beneficiarios y la población local, aumenta los ingresos económico los cuales serán destinados al mantenimiento de los mismo y mejoras de la parroquia, al dar una calificación se ha llegado a una categoría media alta esto hace referencia que el plan podrá ser viable.

4.04. Diagrama de estrategias

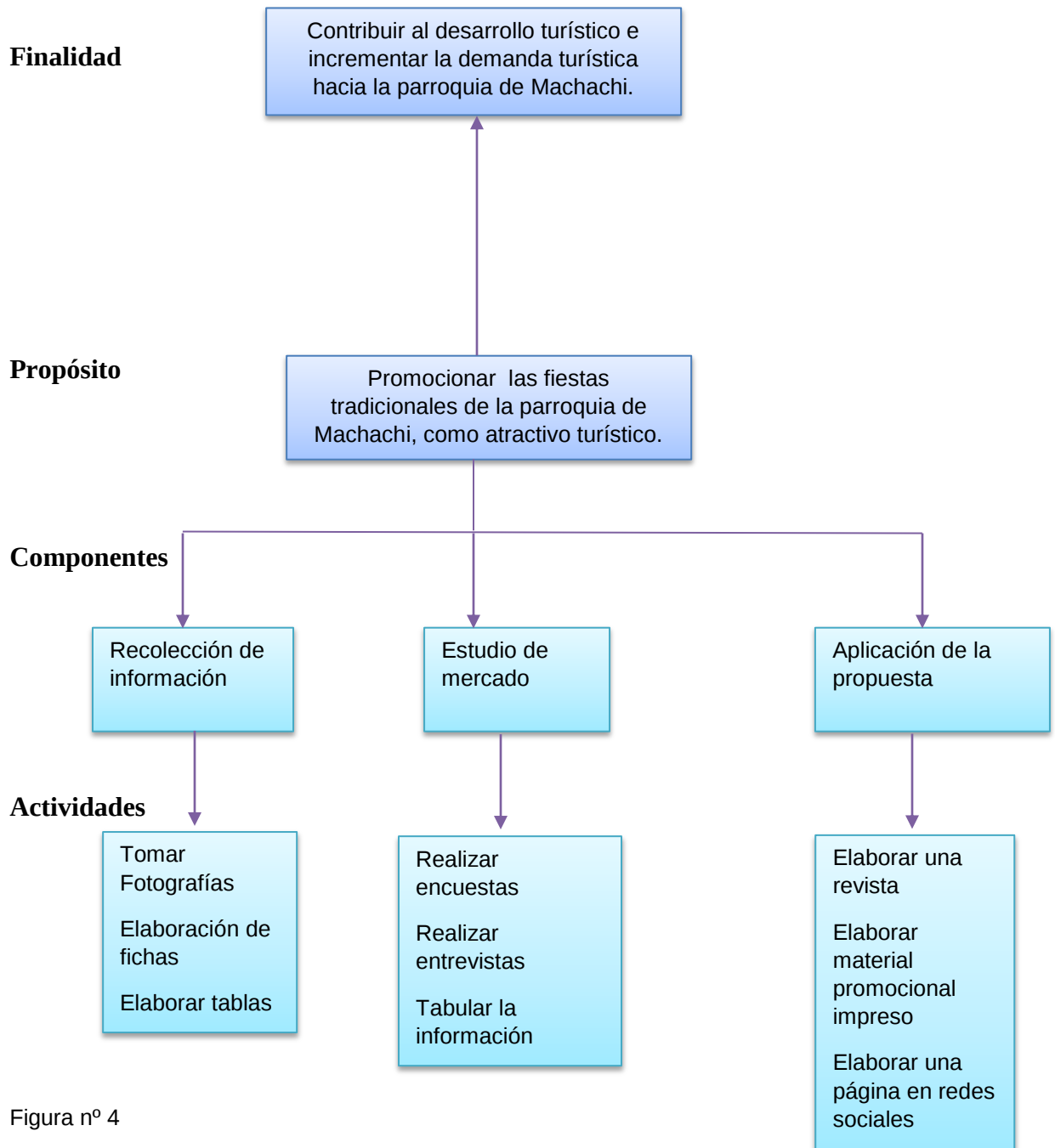


Figura nº 4

Diagrama de estrategias

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

En el gráfico de diagramas ponen en conocimiento el propósito promocionar las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi, como atractivo turístico.

La finalidad se va a dar una solución la cual sería contribuir al desarrollo turístico e incrementar la demanda turística hacia la parroquia de Machachi los componentes son todos los puntos o estrategias que se utilizaran.

Las actividades que se realizaran da a conocer todas las herramientas o medios que se van a usar para llevar a cabo el plan de desarrollo turístico; como es la recolección de información mediante la elaboración de fichas, tomar fotografías y elaboración de tablas.

El estudio de mercado tiene como referente a realizar encuestas y entrevistas y esa información debe ser tabulada.

Las actividades de la propuesta son realizar un tríptico informativo, material impreso y en las redes sociales sobre las actividades de las fiestas.

4.05. Matriz de marco lógico

Tabla nº 8

Matriz de marco lógico

Finalidad	Indicadores	Medio Verificación	Supuestos
Contribuir al desarrollo turístico e incrementar la demanda turística hacia la parroquia de Machachi.	-Aumentar el interés por conocer las fiestas y tradiciones de esta parroquia.	Verificación de del incremento de turista mediante un registro de turistas.	Ser un destino turístico.
PROPÓSITO	Atraer mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros	Ingresos económicos y fuentes de trabajo dentro de la parroquia	Apoyo de autoridades y distribución del material promocional.
COMPONENTES	Material promocional físico y digital		
Recopilación de información Estudio de mercado Aplicación de la propuesta	-Bibliotecas -Fuentes bibliográficas -Implementación -Encuestas -Entrevista	recopilación y tabulación de datos informativos	Apoyo de autoridades.
ACTIVIDADES	-Redes sociales -visitas de campo -folletos -Revistas	-Medios tecnológicos -Pobladores -Investigador	-Apoyo de la población. -Buscar patrocinador
-Fotografías -Elaborar una revista turística informativa. -Elaboración de un tríptico turístico. -Material impreso y digital -Elaborar encuestas, entrevistas -Tabular encuestas			

Elaborado por: Eduardo Pilicita

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Análisis:

En el cuadro anterior se pone en conocimiento los indicadores, el medio de verificación y supuestos que integran el proyecto, a su vez se conocerá cada uno de sus propósitos, de que está compuesto y que actividades se harán para tener una exitosa realización de este plan de desarrollo.

En los cuales se necesita el apoyo y la participación de las autoridades, sin olvidarse de la población pues son entes participativos, los cuales trabajando conjuntamente se logrará promover de mejor forma las tradiciones, y de esta manera se atraerán más visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Con el incremento de este factor también aumenta las oportunidades de desarrollo, y superación de los pobladores de la parroquia, incrementando su economía y la calidad de vida creándose las nuevas plazas de trabajo mediante el turismo, pues es una manera viable para la población de sobresalir económicamente mostrando y manteniendo sus tradiciones.

Las actividades a realizarse son visitas de campo, realizar fotografías, la elaboración de una revista turística informativa, crear un tríptico turístico para que sean distribuido a los posibles visitantes, realizar encuestas a los posibles visitantes para conocer sobre los interés y si desearían conocer un destino turístico nuevo, luego de realizar esto se procede con la tabulación de los datos obtenidos para esto se necesita la colaboración de los posibles visitantes y también buscar patrocinadores para la realización del material promocional.

CAPÍTULO V

5.0. Propuesta

5.01. Antecedentes

Plan de Procción turística

Es una actividad destinada a la información, persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales y otros medios, entre los que se incluyen, también, las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing. (Aceranza, 2005, pág. 52)

Una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen las funciones favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que los aprovecha con fines de explotación económica. (Di-bella, 1999, pág. 98)

Desarrollo de la promoción turística

En la presente se destacan y describirá las tradiciones más relevantes de la parroquia de Machachi en las cuales se enfoca el presente proyecto y la propuesta con la creación de la revista y material promocional.

Parroquia de Machachi

Antecedentes

Los primeros aborígenes del Valle de Machachi fueron los Panzaleos. Este

periodo comprende dos civilizaciones perfectamente marcadas y conocidas con el nombre de Protopanzaleo I y de Protopanzaleo II. El Protopanzaleo I tuvo su asiento en las faldas del Rumiñahui del Pasochoa, siendo en la región de Puchalitola, Tucuso y Pinlocruz donde estaban asentados los núcleos más densos.

Cabe destacar que la cultura de los Panzaleos fue la más antigua que se estableció en el Ecuador Interandino. Fueron de origen centroamericano, quienes después de permanecer unos doscientos años en el centro y sur de Colombia, penetraron al Ecuador y se establecieron en el Valle de Machachi por su admirable clima y situación topográfica, hace unos cincuenta años más o menos después de Cristo, y duraron más o menos 150 años.

Después de la civilización del Protopanzaleo I, se forjó una cultura más avanzada, conocida con el nombre de Protopanzaleo II, la misma que la difundió por todas las provincias. Esta civilización duró 250 años, es decir, desde el año 150 al 400 de nuestra era. Tenían su lengua propia, páez o paéces, dialecto del tipo paniquita. (GAD, Municipal del Cantón Mejía, 2015)

“Etimología de la palabra Machachi... Según el sentir de la Misión Geográfica del Ejército, para la medición del Meridiano Ecuatoriano, en el tomo segundo, pág. 26 de los años 1899 y 1906, dice que la etimología de la palabra Machachi es: MA: grande, largo; CHA: Tierra, suelo, terreno; CHI: vivo, activo. Lo mismo que decir: Gran terreno activo, esto significa la palabra Machachi”.

El profesor Segundo Miguel Salazar afirma: “El vocablo Machachi, tiene varias

acepciones. CA: tierra, CHI: vivo. Como vocablo híbrido de páez o quechua, significa: Valle que con su belleza de colorido, al embriagar produce sueño. Ma: extensión, CHI: vivo, MACHAG: marearse. En Quiché o cara, Machachi significa: Los valientes lanceros y agricultores. En Caribe: MA-CA-CHI: “La tierra grande, viva “.

Machachi: exposición eterna donde nunca muere el verdor de sus campos.

Caminan hacia ella todos los senderos. Está paciando su verdura en todos los contornos. (Reyes, 2010)

Limites

La parroquia de Machachi se encuentra en el cantón Mejía de la provincia de Pichincha.

Sus límites comprenden:

Norte: Parroquias Tambillo, Píntag y cantón Rumiñahui

Sur: Provincia de Cotopaxi

Este: Parroquia Píntag y provincia Napo.

Oeste: Parroquias Alóag y Aloasí

Fiestas tradicionales

Paseo procesional del Chagra

Tuvo su origen en Machachi como remembranza de la erupción del volcán Cotopaxi, ocurrida en el año 1877. De un modo milagroso, el gran Pasochoa y el Rumiñahui salvaron a los pobladores de Tambillo y Machachi de sufrir los terribles efectos de dicho acontecimiento. Ellos esperaron pacientemente a que la cúspide del volcán Cotopaxi se cubriera nuevamente de nieve y, cuando esto

aconteció, optaron por realizar una minga ganadera, corraleando y conduciendo a los lugares de origen a las reses, equinos y otros animales domésticos que se desperdigaron con el suceso.

Se formaron tres grupos: el primero se responsabilizó de conducir a los animales hacia los sectores aledaños a Latacunga, el segundo a los Chillos y el tercero se encargó de subirlos al Pedregal. Las anécdotas y peripecias que pasaron en aquellos viajes hicieron que durante tres años se reuniesen los protagonistas a comentar lo ocurrido en esas jornadas.

Casi un siglo más tarde Raúl Guarderas lideró el grupo de mentalizadores del primer “Paseo Procesional del Chagra” para conmemorar el centenario de la cantonización de Mejía quienes fundaron la Asociación Cofradía del Chagra (ACOCHA). En julio se celebra el centenario del cantón Mejía, se festeja a Santiago Apóstol, patrono de Machachi y se conmemora la erupción del Cotopaxi.

Las fiestas empezaban con el pregón, que mostraba la figura del chagra y sus caballos vaqueros, al paso, al trote o al galope enseñoreaban su porte los caballeros de ACOCHA elegantes con su vestimenta y en su manera de lucir sus cabalgaduras: caballos criollos y parameros ensillados con la montura de vaquería, petral, arretranca y grupera, cincha cerda e incrustado sobre la copa, el clásico pellón que en muchos casos era de doble faz. (Fajardo, 2015)

Fiesta de los sanjuaneros o San juanero (carnaval)

Esta tradición se realizaba en ciertas temporadas como el Carnaval, la fiesta en

honor ALSEÑOR DE LA SANTA ESCUELA Y AL PATRON SANTIAGO, preferentemente en su cabecera cantonal que es Machachi.

El o los priostes para ellos era ser unas personas de mucho respeto en esas épocas y se decía que él que no pasaba una fiesta en honor al SEÑOR DE LA SANTA ESCUELA y al PATRON SANTIAGO no son muy reconocidos ni respetados los priostes, que se llenaron de muchos ofrecimientos, con las tradicionales (JOCHAS), que consistían en que sus familiares amigos les ofrecían unos la (BANDA) las ceras, los juegos pirotécnicos, las loas, los brazerantes, las chagrillantas, los san juanes, la yumba, y no podía faltar los pingullos, el bombo, las bocinas, los patillos y al son de la banda de pueblo la tradicional vaca loca los monos y los carros alegóricos. (Fajardo, 2015)

Toro bravo por las calles de Machachi (pamplonazo)

Esta tradicional fiesta se desarrolla en el mes de enero por el aniversario de creación de la ASOCIACION COFRADIA DEL CHAGRA, su abreviatura es ACOCHA, es una asociación que vela por la cultura chagra, manteniendo la integridad y pureza de este espectáculo y tradición de los toros populares y la cultura chacarera, la cual fue creada en el año de 1989; esta tradición recuerda el arreo del de ganado bravo en tiempos de antaño por media ciudad y eran guiados por chagras a caballo en ese tiempo, esta es una actividad propia del hombre de los páramos.

Tradiciones

Zurrón de trago puro

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Repartir el zurron que es un recipiente parecido a una maleta donde se almacena mínimo 10 litros de trag puro para repartir a los visitantes e invitados a las fiestas es algo similar a las comúnmente llamadas botas, todo este contexto se les facilitaba el pasar la fiesta a los antes mencionados señor de la Santa Escuela, el patrón Santiago entre los más venerados por los feligreses de los barrios.

(Fajardo, 2015)

Pase de las ceras

Muy tradicional el pase de las ceras, en lo que hoy es la radio la voz del valle, el jochante retiraba las ceras, tanto torneadas y floreadas, tanto grandes y pequeñas que con tanta habilidad lo elaboraba que en paz descansa don Segundo Benjamín Cueva, que de paso era el sacristán de la iglesia matriz de Machachi, y al viva de los san juanes nuevamente en procesión se llegaba a su domicilio de la señora Manuela Saragozín, conocida como la (chupetera), quien con su familia elaboraba el carro alegórico para los aloantes y pueblo en general al frente el cura párroco, declamaban, resaltación a la fe católica, el esfuerzo de los priostes y todos los que acompañaban para culminar nuevamente con alegorías a quienes pasaban estas tradicionales fiestas y entregar al cura párroco, productos de la tierra, por algo Machachi y sus parroquias es reconocida, como agrícola, ganadera y el plato fuerte era la entrega de un borrego. (Fajardo, 2015)

Los toros de achanzas

Todas estas tradiciones se dieron con mucha alegría y a la vez tristeza que ya se acaban estas fiestas, pero el día Martes nuevamente se reunían los brazerantes,

los Sanjuanes, y el público en general a eso de las 12 del día llegaban los invitados, los priostes eran transportados en sus ASHANGAS cada uno con arreglos florales y luego de la procesión se daban un beso ante el aplauso de los invitados, dentro de la gastronomía criolla la LOJA, que consistía de la chicha de JORA, zurrón de trago, el MOTE CON PAPAS, CUY, que se daba a los que visitaban, al programa, a personas de buena voluntad se los cogía para los toros que eran comandados por un buen vaquero y un mayordomo, que cabalgaban en un palo con la guasca, y la persona que era tumbada era trasladada en un certilla hasta la fosa, y le colocaban la pintura de caoba y se repartía en hojas de col el mote y la carne de res, las papas secas peladas, cocinadas, luego ya para culminar se realizaba el TORO DE LA ORACION, que consistía en que las mujeres cogían la cabeza de la res o sea los cuernos de la res con el SIQUICARA, que es el cuero de la res y se los cuerniaba a los curiosos, por último en la gastronomía criolla se daba a los concurrentes el tradicional CALDO DE LA HUMAYCHA, con coles, papas y el TICTE DE LA CHICHA. (Fajardo, 2015)

Instrumento de Promoción Turística

La promoción turística hace uso de cuatro instrumentos para la información, persuasión e influencia sobre el cliente: publicidad promoción de ventas, relaciones publica y venta personales

Según Acerenza la publicidad comprende las “actividades emprendidas con el objeto de presentar a un grupo, un mensaje personal, oral, escrito o visual, con

respecto a un producto, servicio idea, patrocinado y diseminado por medios masivos de difusión.

El segundo instrumento, la promoción de ventas, es definida como: actividades comerciales, distintas a la publicidad, de venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes, efectivizándose por medio de displays, shows, exhibiciones demostraciones y otros varios esfuerzos de venta no frecuentes ni rutinarios (RECIO, 1994, pág. 147)

El tercer instrumento, las relaciones publicas, tienen como razón “producir una buena imagen de la empresa en los distintos públicos del medio ambiente en el que este desarrolla sus actividades” (Aceranza, 2005, pág. 63).

Consiste en la estimulación no personal de la demanda, generando noticias comercialmente importantes, por medio de: “viajes de familiarización, ferias y exposiciones turísticas, representaciones en el extranjero, oficinas de turismo, asociaciones empresariales, oficinas de convenciones y visitantes y centros de reservaciones” (Di-bella, 1999, pág. 100)

El cuarto instrumento es la venta personal es el proceso individualizado, orientando a ayudar y o persuadir a un cliente potencial a comprar un producto o servicio.

Imagen es la representación mental de una apercepción anterior. En publicidad se define como los conceptos y preconceptos intelectuales o emotivos existentes en la mente del público en torno a un producto o servicio. (Aceranza, 2005, pág. 164)

Segmentos de mercado los llamados segmentos de mercado resultan del proceso de dividir el mercado total heterogéneo para un bien o servicio en varias partes, en base a diferentes criterios geográficos, psicográficos y de comportamiento hacia el producto. Según los mismos criterios, un segmento puede subdividirse en nicho de mercado. (Kotler, 1974)

“Canales de distribución conjunto de personas y empresas que intervienen en la transferencia o traslado de un producto o servicio, a medida que este pasa del ofertante al consumidor o usuario final” (Kotler, 1974, pág. 616)

Revista

La revista como comúnmente se la conoce o dicho en inglés *magacín* (*magazine*), es una publicación con periodos de duración mayores a un día, lo cual la hace diferente de los periódicos o diarios; se basa principalmente a ofrecer noticias de interés y actualidad, también sirve para informar sucesos de interés popular, científico, etc., sea cualquier motivo general o específico.

Normalmente se las imprime en papel *bond* o *cuche* de mejor calidad, con una encuadernación más cuidada y con una superficie destinada a la gráfica

Historia de la revista.

El inicio de las revistas está dado por la aparición de publicaciones periódicas que no eran solamente informativas, sino en forma de almanaques; a los que se hayan incorporado paulatinamente a sus páginas una variedad de lecturas.

Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores.

Una de las primeras aproximadamente entre los años 1663 y 1668 fue la publicación alemana: "Discusiones Mensuales Edificantes". Con el pasar de los años fueron surgiendo (con cierta periodicidad) más, en otros países de la misma Europa como: Francia, Inglaterra e Italia. Ya para la década de 1670 se dieron a conocer al público algunas revistas de contenido ligero (o de entretenimiento) y divertidas. La más conocida de todas ellas para esa época fue "Le Mercure Galant", que se conoció en el año de 1672. Más tarde esta cambió de nombre a "Mercure de France".

A comienzos de siglo XVIII Joseph Addison y Richard Steele crearon "The Tatler" (1709-1711), que se editaba tres veces por semana. La Enciclopedia Británica las define como: "una colección de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas), muchas veces ilustradas". (Díaz, 2013)

La creación de una revista para ser publicada se inició como una serie de artículos de interés de las personas pues estas conllevan gran notoriedad en un artículo específico que desea el lector, se las publicaba tres veces por semana y posteriormente mensual, llegándose a constituir como ya un medio de información lo cual se hizo necesario aumentar mayor texto para su explicación pues antes la mayoría de revistas se lo utilizaba como un almanaque; esta necesidad de difundir la información hace que las mismas se constituyan como un medio impreso de interés de las personas para informarse

o como entretenimiento.

Su gran aceptación entre los lectores y público obligó a que estas revistas se dividan en revistas de especialidad y exista mayor diversidad de las mismas de diversos temas pues se volvieron muy rentables y aumentó los ingresos de los realizadores; en la actualidad existe mucha demanda de las mismas y es muy común entre jóvenes y adultos y público en general.

Revista turística informativa

Este tipo de revista es aquella donde su principal objetivo es informar, exponer, difundir reportajes o información al turista acerca de viajes, gastronomía, y destinos turísticos además informar sobre noticias referentes al medio turístico referente a los viajeros, programa de viajes, destinos turísticos y crónicas.

Historia de las revistas turísticas informativas

Las revistas turísticas informativas surgen después de la segunda guerra mundial (1946), dando respuesta a la necesidad de información sobre destinos turísticos así como la promoción de los mismos, en este período aumentaron los viajes turísticos como consecuencia del crecimiento económico acelerado que sufrieron los países victoriosos en la conflagración, principalmente Estados Unidos, Canadá y Australia, lugares donde hicieron aparición las primeras revistas de este tipo en un principio muy sencillas, limitándose solamente a la propaganda y algunas consideraciones dirigidas a los turistas (López, 2013)

5.01.01. Análisis FODA

Tabla N°9

Factor Interno Factor Externo	Fortaleza	Debilidad
	Las tradiciones y sus fiestas populares de la parroquia de Machachi son capaces de captar turistas nacionales e internacionales.	Limitada información sobre las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi.
Oportunidades	Estrategia (FO)	Estrategia (DO)
Uso de las redes sociales	Promocionar las tradiciones y fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi en el internet.	Crear una página en las redes sociales sobre las tradiciones y fiestas tradicionales de la parroquia
Amenazas	Estrategia (FA)	Estrategia (DA)
Escasos recursos económicos	Buscar patrocinadores para promocionar las fiestas más relevantes de la parroquia de Machachi	Crear material promocional impreso para distribución de la información a los turistas.

Análisis FODA

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis: la tabla de análisis FODA muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas este análisis ayuda a reconocer en la manera se puede potencializar las oportunidades y mejorarlas; y hasta convertirlas en oportunidades a las debilidades y amenazas pues como indica en la tabla el uso de tecnología ayudara mucho a mejorar y fortalecer la difusión de las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi pues estas son un alto potencial de desarrollo turístico para la parroquia y comunidad pues en las redes sociales como Facebook no se necesita un gran presupuesto para difundirlas en

este lugar y al igual que el material impreso.

5.01.02. Investigación del mercado

La necesidad de información es básica en cualquier situación empresarial en cualquier situación empresarial y se acentúa en épocas de una dinámica económica compleja. La experiencia es un factor importante pero no suficiente en situaciones de incertidumbre. La situación de madurez y aumento de competencia en muchos mercados, los costes de las acciones de marketing y la preocupación por la calidad en el consumo de bienes y prestación servicio han motivado el desarrollo de la investigación de mercados.

La investigación de mercados propicia información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúa en él. Por lo tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar a la investigación como la solución a problemas empresariales sino un instrumento más que permita minimizar riesgos, en consecuencia, las decisiones puedan ser más acertadas. (MERINO et al, 2009, pág. 15)

En lo referente a la investigación de mercado es analizar al mercado o segmento del mismo que queremos llegar a captar sin embargo no se debe tomarlo como una solución al problema más bien se lo toma como un herramienta a la posible solución con esta investigación debe ser real, fidedigna, confiable y veraz, porque puede ser útil en la toma de decisiones para reducir peligros y riesgos, por lo tanto debe ser eficaz con un mínimo margen de error.

5.01.03. Instrumentos de investigación

Los métodos de investigación analizan el comportamiento y relación entre las variables que ha seleccionado el investigador para su estudio y que tiene que apoyar o descartar sus hipótesis con bases a mediciones de esas variables, de esta manera es importante utilizar instrumentos de medición apropiados, adecuadamente diseñados, de alta validez y confiabilidad que garanticen al máximo posible que la medición obtenida refleja fielmente la habilidad, aptitud, destreza, etc., que pretende medir. (MORENO, 2007, pág. 35)

Se analiza los principales instrumentos de investigación para recolectar información tanto de los atractivos como de los posibles visitantes.

5.01.03.1. Cuestionario

Está constituido por una serie de preguntas que permiten obtener información directa sobre hechos relacionados con las condiciones y prácticas vigentes, esto es con respecto a sucesos que están ocurriendo así como respeto a opiniones, preferencias, juicios críticos, sentimientos, aspiraciones, actividades, etc., de los individuos que son interrogados. (MORENO, 2007, pág. 36)

El cuestionario es una herramienta importante en el proyecto pues la encargada de recolectar información de los posibles visitantes de la parroquia, los cuales se realiza con la población del Cantón Quito y ver las deficiencias y en lo que se debe mejorar para de esta manera obtener mayor afluencia de turistas.

5.01.03.2. Entrevista

Es un recurso que el investigador tiene a su alcance para recabar información por

medio de preguntas que se plantean en forma directa, esto es personalmente y en forma oral, a cada uno de los sujetos de la muestra seleccionada. La posibilidad de relación personal con el entrevistado es una de las ventajas de esta técnica permite crear ambiente de confianza y, si la actitud del entrevistador lo propicia, es posible obtener información amplia y veraz. (MORENO, 2007, pág. 41)

La entrevista se realizó a pobladores para conocer tradiciones y las costumbres que se están perdiendo y también que aún están vigentes sirve para obtener información directa de la realización de las tradiciones

5.01.03.3. Observación directa

Mucha de la información que el investigador obtiene, le es proporcionado en forma verbal o escrita por los sujetos que pertenecen a la población en estudio, especialmente si se trata de que estos manifiesten opiniones, actitudes o información que solo ellos poseen sobre sí mismos, sobre los grupos con los que están involucrados o sobre los fenómenos que están en análisis.

Pero otro recurso de especial valor para el investigador es la observación directa de los fenómenos y de las acciones de los individuos que le permitirá obtener datos en forma objetiva y sistemática o incorporarlos a la información ya recabada por otros medios. (MORENO, 2007, pág. 60)

Se realizó la observación directa en las diferentes fiestas tradicionales de la parroquia observando las costumbres y tradiciones que poseen los pobladores actores principales de los diferentes actos que se realizan antes de la fiesta principal.

5.01.04. Población y muestra

5.01.04.1. Universo

“El termino universo sirve para designar a todos los posibles sujetos u objetos que pertenecen a una misma clases o tipo.” (GUTIERREZ, 2004, pág. 104)

5.01.04.2. Población

El termino población sirve para designar la parte del universo a la que el investigador tiene acceso (no siempre el investigador tiene acceso a todos los sujetos del universo.), de estas definiciones surge el termino universo poblacional, que se refiere a la determinación de las unidades de investigación que van a considerarse y en la recolección de datos. (GUTIERREZ, 2004, pág. 104; paf2)

5.01.04.3. Muestra

“Es una parte representativa del universo poblacional cuyas características deben reproducir en pequeño lo más exactamente posible”. (GUTIERREZ, 2004, pág. 105)

El cantón Mejía posee 2239191 habitantes de acuerdo al censo realizado en el año 2010 los cuales representan a la población total entre hombres y mujeres; estos datos servirán para realizar la muestra y las respectivas encuestas a los posibles visitantes de la parroquia de Machachi.

5.01.04.4. Sondeo

En el presente proyecto se hizo un sondeo previo a 20 personas previo a realizar las encuestas obteniendo un resultado de 17 personas con positivo que representa la probabilidad de éxito del 85% de la población total y 3 personas respondieron negativo

que representa la probabilidad de fracaso de 15%.

Formula

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

n = Tamaño de la Muestra

N = Población

Z = base nivel de confianza: 95%

p = Probabilidad de éxito: 85%

q = Posibilidad de fracaso: 15%

e = Margen de error: 5%

$$n = \frac{2239191 * 85\% * 15\%(95\%)^2}{(2239191 - 1)5\%^2 + (95\%)^2 * 85\% * 15\%}$$

$$n = \frac{2239191 * 0,85 * 0,15(0,95)^2}{(2239191 - 1)0,05^2 + (0,95)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{1096764,709}{5597,975 + 0,489804}$$

$$n = \frac{1096764,709}{5598,464804}$$

$$n = 195,79$$

$$n = 196$$

5.01.05. Análisis de la información

En esta sección se examinan las variadas formas cómo se puede analizar la información recogida. Se describen, además, los diferentes modos de presentar los resultados a los usuarios de la información.

Tabla N° 10

Pregunta #1

Género

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	101	52%
Femenino	95	48%
Total	196	100%

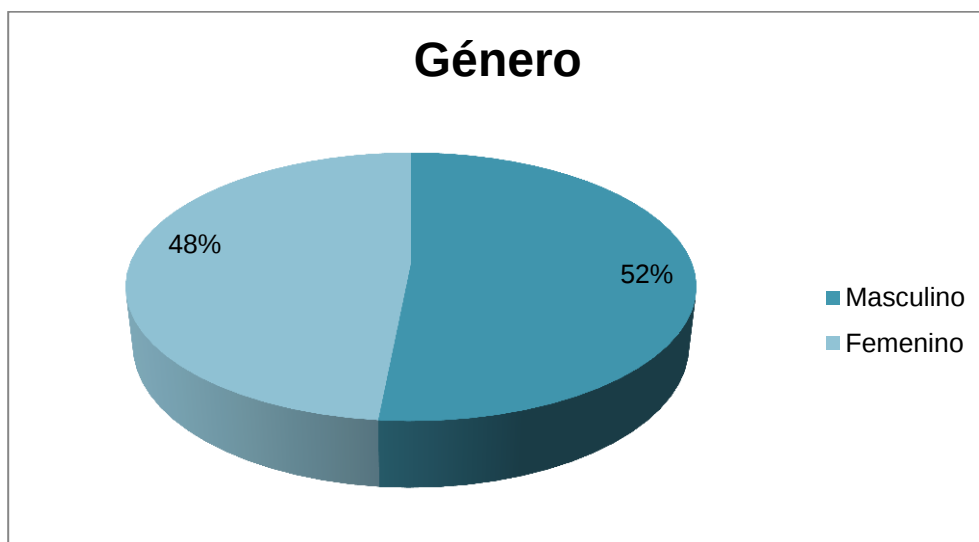


Figura N°5

Pregunta # 1

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis: luego de realizar la encuesta se determina que 6 de cada 10 personas son hombre y las restantes 4 son mujeres.

Tabla N° 11

Pregunta #2

¿Usted ha visitado la parroquia de Machachi en el cantón Mejía?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	106	54%
No	90	46%
Total	196	100%

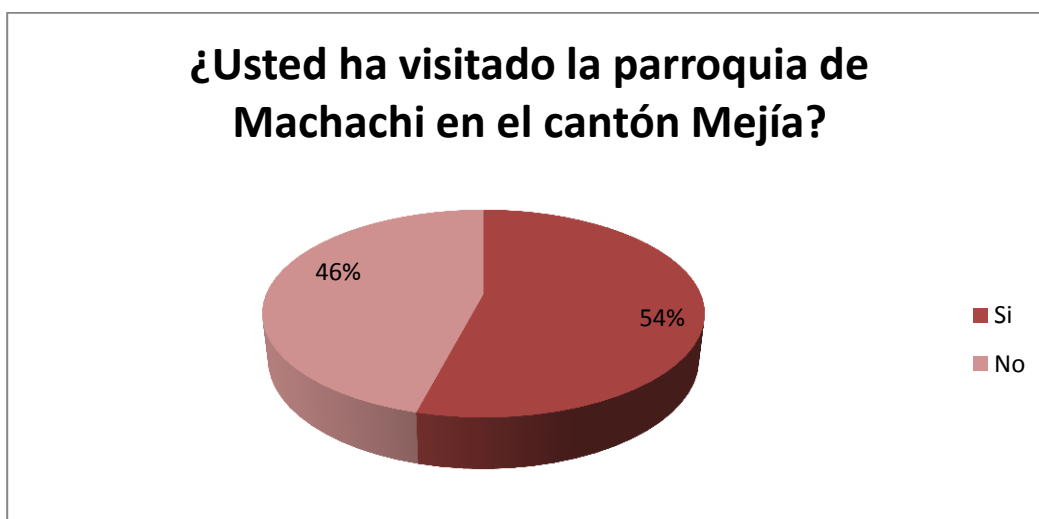


Figura N° 6

Pregunta # 2

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

Analizando las respuestas de las encuestas 6 de cada 10 personas han visitado la parroquia de Machachi.

Tabla N°12

Pregunta #3

¿Le gustaría conocer las tradiciones de la parroquia de Machachi?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	175	89%
No	21	11%
Total	196	100%

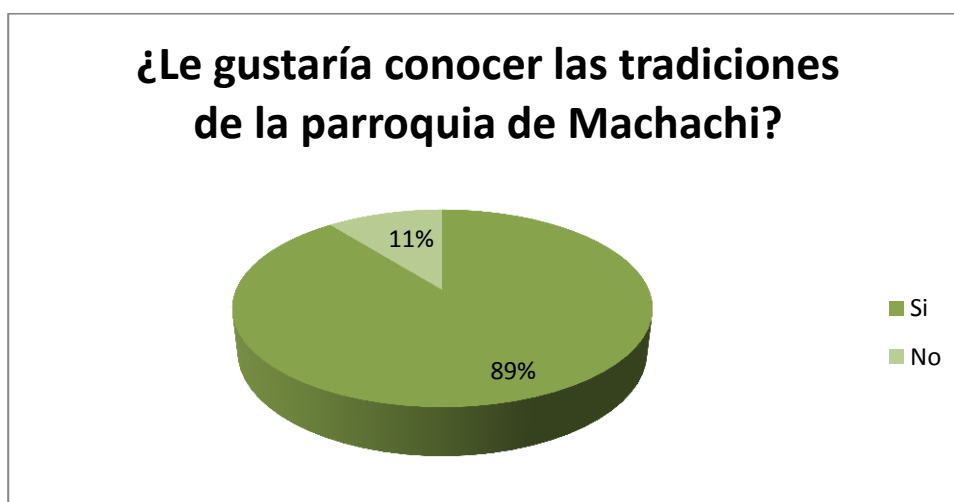


Figura N°7

Pregunta # 7

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

Luego de realizar las encuestas el resultado es favorable que 9 de cada 10 personas les gustaría visitar la parroquia de Machachi, lo cual representa un alto porcentaje y es muy beneficioso para que se desarrolle el turismo en la parroquia.

Tabla N° 13

Pregunta #4

¿Conoce usted las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	49%
No	99	51%
Total	196	100%

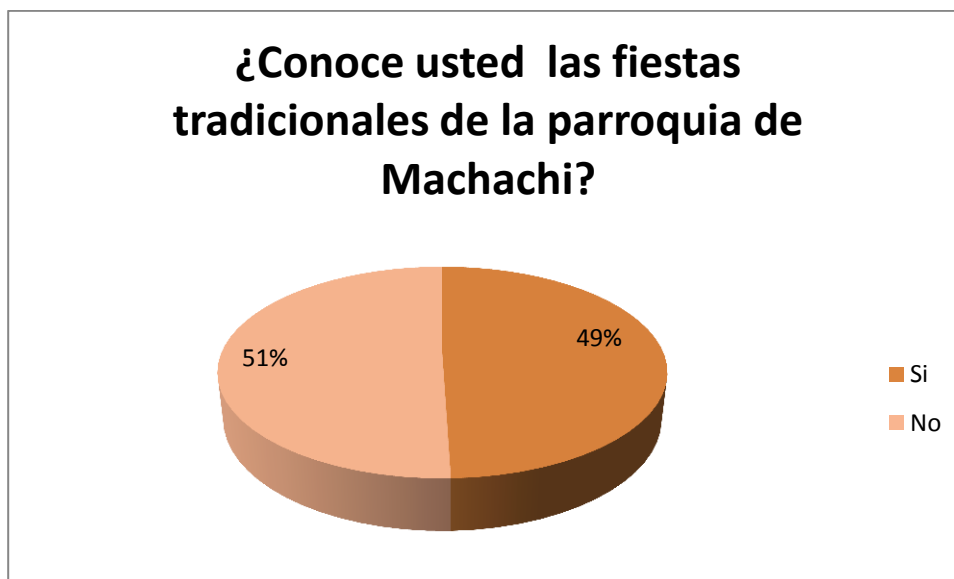


Figura N°8

Pregunta # 4

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

6 de cada 10 no conocen las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi, por lo que es necesario crear herramientas de promoción turística para informar a los visitantes sobre las actividades que se realizan.

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Tabla N° 14

Pregunta #5

¿Ha asistido usted a las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	28%
No	141	72%
Total	196	100%

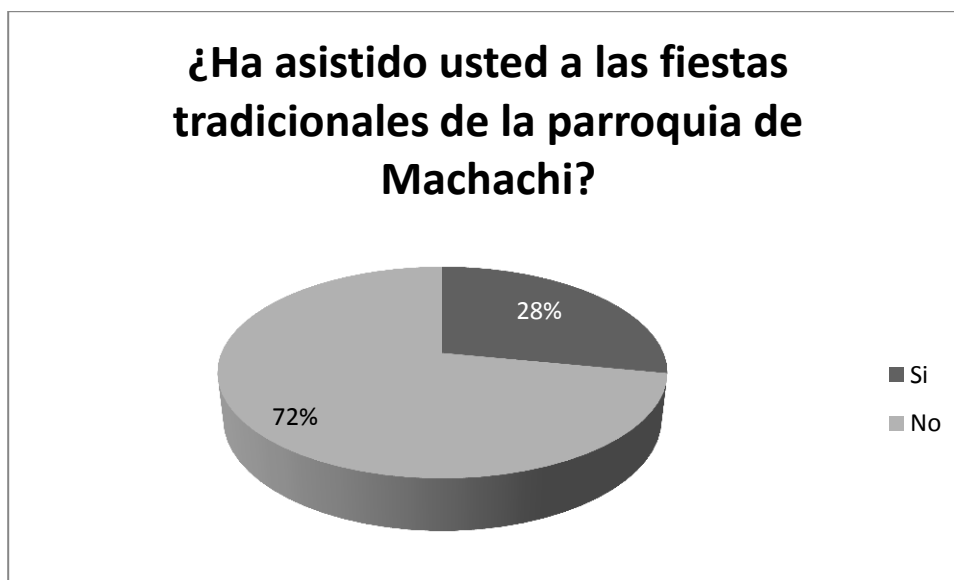


Figura N°9

Pregunta # 5

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

7 de cada 10 personas no han asistido a las fiestas y tradiciones de la parroquia de Machachi, es necesario captar la atención de los turistas para que aumente el ingreso de visitantes.

Tabla N° 15

Pregunta #6

¿Considera usted importante conservar las fiestas tradicionales?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	168	86%
No	28	14%
Total	196	100%



Figura N°10

Pregunta #6

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

9 de cada 19 personas consideran que es importante conservar las tradiciones de la parroquia de Machachi.

Tabla N° 16

Pregunta #7

¿Cómo usted se ha informado de la realización de las fiestas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tv y Radio	98	50%
Prensa escrita	39	20%
Internet	59	30%
Total	196	100%



Figura N°11

Pregunta #7

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

5 de cada 10 personas se informaron de la realización de las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi por medio de la Tv y radio, los 3 por medio de internet, que es importante crear un medio publicitario en internet de preferencia en las redes sociales, y 2 personas por medio de la prensa escrita.

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Tabla N°17

Pregunta #8

¿Ha obtenido suficiente información sobre estas fiestas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	184	94%
No	12	6%
Total	196	100%



Figura N°12

Pregunta # 8

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

9 de cada 10 personas no ha obtenido información necesaria sobre las fiestas, es necesario difundir la cultura y tradición de Machachi.

Tabla N°18

Pregunta #9

¿Conoce las fechas de realización de las fiestas tradicionales?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	67	34%
No	129	66%
Total	196	100%



Figura N° 13

Pregunta # 9

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis: 7 de cada 10 personas no conocen las fechas de realización de las fiestas tradicionales de Machachi lo cual es un obstáculo para que los mismos no afluayan a la realización de los actos y a la parroquia.

Tabla N°19

Pregunta #10

¿Considera usted importante que exista una revista informativa sobre las fechas de las fiestas de la parroquia de Machachi?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	177	90%
No	19	10%
Total	196	100%

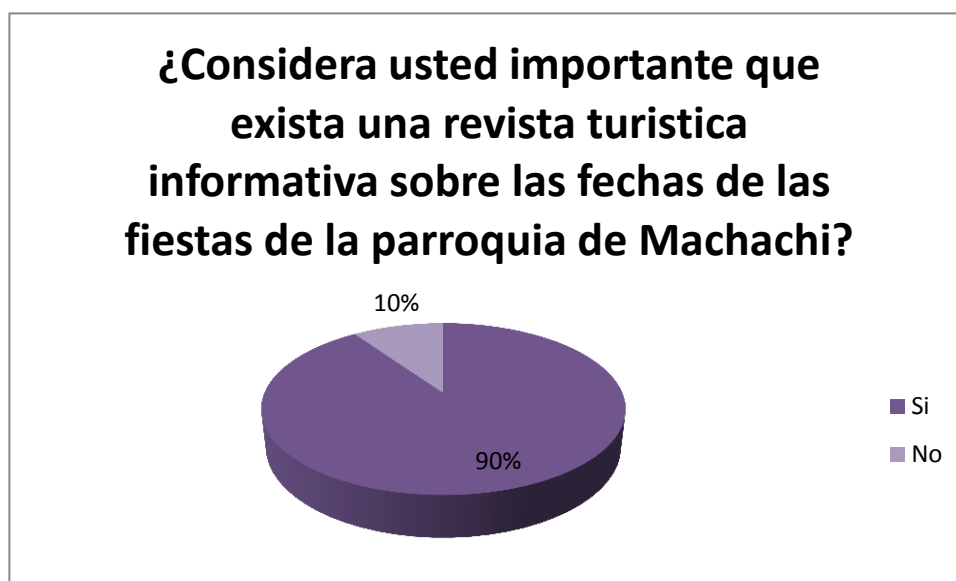


Figura N° 14

Pregunta # 10

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis: 9 de cada 10 personas considera importante que exista una revista turística informativa sobre la realización de las fiestas de la parroquia, pues ayudara a mantener informado sobre la realización de las mismas.

5.02.Descripción

En el presente proyecto mi propuesta a ser realizada consta de:

- Revista turística informativa
- Tríptico informativo
- Creación de un Fan page en la red social de Facebook

5.02.01. Revista turística informativa

La creación de la revista informativa sobre las tradiciones de la parroquia de Machachi es dar a conocer sobre la cultura y tradiciones milenarias que han transcurrido de generación en generación, sin embargo en los últimos años se las han estado perdiendo, lo cual da paso a la creación de esta revista para incentivar al turista a conocer sobre estas tradiciones que no han muerto en su totalidad y que gracias al municipio de Mejía conjuntamente con la Dirección de Turismo están rescatando varias tradiciones y esta revista informativa ayuda en parte al rescate y difusión de la cultura y tradición de Machachi.

5.02.01.01. Objetivo de la revista

El objetivo de la creación de la revista turística informativa es para dar a conocer al turista tanto nacional como extranjero sobre las tradiciones que posee la parroquia de Machachi y cómo se las desarrolla mediante sus fiestas tradicionales.

5.02.01.02. tipo de información de la revista

La revista abarca información turística de alojamiento, alimentación, y diversión que posee la parroquia, y medios de transporte como llegar hasta el lugar y sobre todo de las

tradiciones como se originaron su historia, anécdotas y como se celebran las tradiciones en la actualidad tanto en las fiestas populares y tradicionales y varios actos de las mismas.

5.02.01.03. Formato de la revista

El formato que se maneja para la revista es un rectángulo por su fácil transporte y fácil lectura.

5.02.01.04. Número de páginas

La revista consta de 20mpaginas en su interior sin incluir portada y contraportada en ella se detalla en un 90% de contenido entre imágenes e información y el 10% restante está destinado para el espacio publicitario de los auspiciantes.

5.02.01.05. Portada

La portada abarca el título “tradiciones y fiestas de Machachi”, imágenes principales de las tradiciones y fiestas populares de la parroquia que resaltan para que sea más atractiva para el lector, esto va en un fondo negro para su mejor decoración.

5.02.01.06. Contenido

El contenido está distribuido en un 45% de texto y un 55% de imágenes y fotografías, en el cual consta de:

Información sobre el cantón Mejía

Información de la parroquia de Machachi

Medios de transporte, accesos, y frecuencia de los buses.

Información de alojamiento, restaurantes y diversión.

Información sobre las tradiciones de la parroquia

Gastronomía típica y auspiciantes

5.02.02. Tríptico

El tríptico turístico informativo se desarrolla para dar a conocer las fechas de realización de las fiestas de la parroquia de Machachi pues en las mismas se desarrollan varias tradiciones de la tierra las cuales son un potencial turístico para captar la atención de los turistas nacionales y extrajeros y motivar así que la parroquia sea visitada y de esta manera también promocionar los demás atractivos que tiene la parroquia y el Cantón Mejía.

5.02.02.01. Objetivo del tríptico

El principal objetivo del tríptico es promocionar las tradiciones de la parroquia mediante sus fiestas tradicionales las cuales forman parte de las tradiciones y cultura de la parroquia, pues esta herramienta es más fácil de distribuir a los turistas.

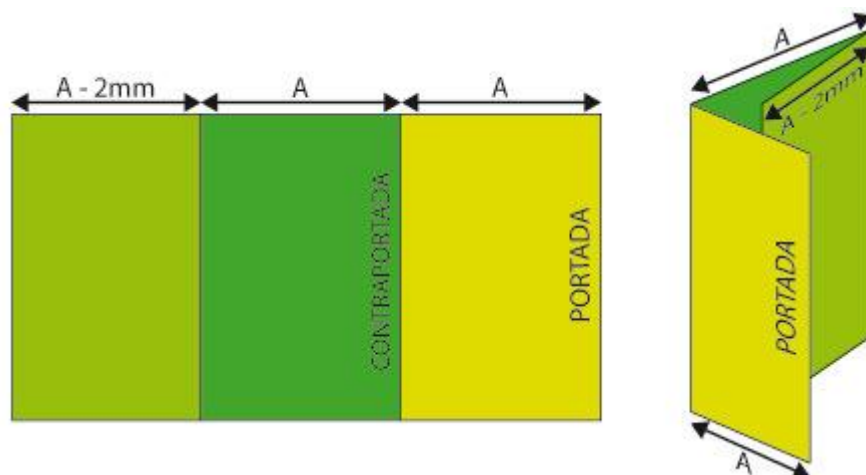
5.02.02.02. Tipo de información del tríptico

En el tríptico se plasma la información de la parroquia, las fechas de realización de las fiestas tradicionales, de lo que se puede disfrutar en la parroquia.

5.02.02.03. Formato del tríptico

Se lo realiza en un formato de un tríptico envolvente en el cual, abierto 29,7x21 cm Cerrado 21x10 cm. hay que calcular que no todas las páginas tienen el mismo tamaño. La página que una vez doblada va en el interior debe de tener 2 mm., menos que el resto de las páginas ya que si no esa parte quedaría arqueada.

La medida final del archivo añadiendo los 2 mm de sangría o zona de corte debe de ser 30,1 x 21,4 mm.



5.02.02.05. Número de carillas

Consta de 6 carillas incluyendo la portada y contraportada en cual esta distribuid con un 17 de publicidad, 33% de fotografías, y el 50 % de texto.

5.02.02.06. Portada

La portada tiene fondo negro para realzar las fotografías y e nombre del tríptico consta de 6 imágenes alusivas a las tradiciones de la parroquia.

5.02.02.07. Contenido

El contenido que se detalla en el tríptico consta:

Información: datos históricos, altura, cima, ubicación, etc.

Calendario de festividades: consta los meses de realización de las fiestas populares.

Imágenes: de las fiestas y tradiciones.

Poema: escrito por Raúl Guarderas el primer chagra que motivo a la realización del primer paseo procesional del chagra.

Auspiciantes: Espacio dedicado a los auspiciantes

5.02.03. Fan page

La creación de la fan page en la red social Facebook se la crea con motivo de dar a conocer las tradiciones, historia, lugares típicos de la parroquia de Machachi

5.02.03.01. Objetivo de la fan page

El objetivo es incentivar a los turistas a visitar a la parroquia mediante publicaciones sobre las tradiciones fiestas populares que resaltan el folclore de los habitantes de esta zona, mostrando las tradiciones, sitios turísticos, gastronomía, paisajes de la parroquia, personajes, e información que interesa a los posibles visitantes.

5.02.03.02. Contenido

El contenido de la fan page es exclusivamente de información para incentivar a los turistas visitar el lugar mediante publicaciones alusivas a temas sobre:

Información general

Medios de transporte

Tradiciones

Fiestas populares

Actos que se realizan en las fiestas

Fechas de realización de las fiestas

Personajes que participan en las fiestas populares

Gastronomía

Platos típicos

Fotografías de recuerdos del antes y actuales de la parroquia

Que motive al turista a visitar la parroquia.

5.03. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

En la aplicación de la propuesta es la manera en cómo se va a distribuir, dar a conocer la revista turística informativa, tríptico esto en cuanto al material impreso mediante los canales de distribución, de esta manera ayudara a contribuir al incremento y desarrollo del turismo en la parroquia de Machachi los cuales pueden ser llegar a establecimientos que tengan relación con la actividad turística y medios de distribución como son:

Ministerio de turismo

GAD Municipal

Dirección de Turismo

Agencia de viajes

Establecimientos de A&B

En los cuales se distribuirá a los posibles visitantes el material impreso para catar interés por visitar y conocer las tradiciones de la parroquia.

La promoción de la red social será constante para motivar al turista y dar a conocer sobre las tradiciones de la parroquia por medio de publicaciones diarias y semanales, aquí también se informara constantemente sobre las fechas que se realizan las fiestas tradicionales de Machachi, y los actos que van acompañando a las misma sean estos eventos culturales y varias costumbres y tradiciones que e realizan en el pueblo, para que el turista asista a dichos eventos y así visite la parroquia y se interese más por las costumbres que poseen las personas de Machachi.

CAPITULO VI

6.0. Aspectos administrativos

Arias (1997) plantea como una breve presentación de los recursos y tiempos para ejecutar una investigación.

6.01. Recursos

UPEL (2003) describe como una especificación por escrito de los lapsos, etapas, actividades y recursos disponibles para la investigación.

6.01.01. Recurso Humanos

Para poner en marcha cualquier proyecto se necesita de personal humano adecuado y capacitado para realizar las tareas previstas.

Tabla N°20

Recursos Humanos

Recursos Humanos	Investigador	Eduardo Pilicita
	GAD Municipal	Eco. Ramiro Barros (Alcalde)
	Tutor	Lcdo. Paul Villavicencio
	Lector	Dr. Geovanny Bustamante

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis: los recursos humanos son las personas participantes en la realización del proyecto como son el investigador, tutor, lector, GAD municipal, son personas capacitadas para realizar estas actividades.

6.01.02. Recursos Tecnológicos

Los recursos que facilitan la obtención de la información en el desarrollo del proyecto.

Tabla N°21

Recursos tecnológicos

Computador
Laptop
Flash memory
Cámara fotográfica
Videocámara
Grabador de voz
Celular
Tablet
Infocus

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis: los recursos tecnológicos que se utilizaron y utilizaran durante el proyecto están detallados.

6.01.03. Recurso Material

Son los recursos que son necesarios en el aspecto tangible para realizar el proyecto.

Tabla N°22

Recursos materiales

Recurso Material	Hojas de papel bond	500
	Esferos	10
	Encuestas	196
	Libros	3
	Trípticos	50
	Revistas	5

Elaborado por: Eduardo Pilicita

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Análisis:

Los recursos materiales como material impresos se detallan en la tabla para ser utilizados en el proyecto.

6.01.04. Recurso financiero

El recurso financiero es el aporte económico que se va a utilizar y es necesario para la realización del proyecto, los aportes provienen de personas o empresas locales.

Tabla N° 23

Recursos financieros

Auspiciantes
Cárnicos Verito
Electrónica Sinaid

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

Se detalla el material financiero como son los auspiciantes que se van a aportar al proyecto, pues ellos ganaran prestigio y publicidad al ser publicadas en la revista, tríptico y fan page a cambio de una remuneración económica.

6.02.Presupuesto

Pere (2000) sostiene que el presupuesto “es un plan detallado en las que figuran explícitas tanto las previsiones de ingreso como las necesidades de adquisición, y consumo de recursos materiales y financieros para un determinado periodo de tiempo.”

Tabla N°24

Presupuesto

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. total (\$)
Movilización	20	2,5	50
Alimentación	20	6	120
Entrada a eventos	10	5	50
Copias de las encuestas	196	0,03	5,88
Internet	50	1	50
Diseñador de la revista	1	30	30
Impresiones de borrador	3	45	45
Impresión definitiva	1	50	50
Anillados	1	5	5
Empastados	1	15	15
Revista	5	30	150
Tríptico	50	1,5	75
Total			645,88 \$

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis: el presupuesto es la suma d todos los gastos que se necesitan para desarrollar el proyecto observando como valor máximo es la elaboración de la revista 150\$, y como mínimo el pago del anillado de 5 dólares la suma total de los valores es de 645,88\$.

6.03.Cronograma

Tabla N°25

Cronograma

Actividad	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
Presentación del tema	X																											
Aprobación del tema				X																								
Capítulo I							X	X																				
Capítulo II									X	X	X																	
Capítulo III											X	X	X	X														
Capítulo IV													X	X	X													
Capítulo V																	X	X	X	X	X	X	X	X				
Capítulo VI																									X			
Capítulo VII																									X			
Sustentación del proyecto																											X	

Elaborado por: Eduardo Pilicita

Análisis:

Mediante este cronograma se ha planificado las fechas de realización y de entrega de los capítulos de acuerdo a los previstos para mantener un orden, secuencia y equilibrio para que el proyecto se desarrolle correctamente y distribuir de una mejor manera la investigación necesaria.

CAPÍTULO VII

7.0. Conclusiones y recomendaciones

7.01. Conclusiones

- El plan de promoción turística de la parroquia de Machachi sirve como apoyo pues posee información real de la parroquia para su desarrollo turístico.
- La parroquia de Machachi posee tradiciones y fiestas populares las cuales por si solas son un potencial turístico que capta la atención de turistas nacionales y extranjeros que el aumento servirá de beneficio de los pobladores.
- El potencial turístico de la parroquia de Machachi es bastante amplio y se debe dar un manejo sustentable y sostenible para la conservación del patrimonio cultural y natural a favor de la población.
- Cabe destacar que en el Cantón Mejía cuenta con una Dirección de Turismo, la cual se encargara de gestionar y desarrollar el turismo en el cantón y en especial en Machachi la cabecera cantonal.
- La población no posee la suficiente capacitación y conocimiento sobre el turismo, pero saben que el turismo es una alternativa viable para el desarrollo socioeconómico de la parroquia.
- Las tradiciones y fiestas populares son las que atraen más visitantes a la parroquia las cuales ayudaran a mejorar y a promocionar de mejor manera los demás atractivos turísticos culturales y naturales que posee esta zona.
- Se debe posicionar a la parroquia de Machachi como un destino turístico diferente

tanto natural y cultural de tradiciones ancestrales y no tan solo como una ciudad de paso como se la considera por los turistas.

7.02.Recomendaciones

- La municipalidad de Mejía debe trabajar conjuntamente con la Dirección de Turismo, dándole todo el apoyo necesario, para que esta se constituya como eje principal para el desarrollo turístico de la parroquia y del cantón.
- El trabajo entre el departamento de turismo, municipio y la población será clave para un mejor desarrollo de las actividades de las fiestas tradicionales, es indispensable trabajar y fortalecer aún más la organización y promoción turística en la parroquia.
- Los propietarios de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, y servicios turísticos deben mejorar sus servicios para los turistas que visitan la parroquia.
- El municipio conjuntamente con la dirección de turismo deben pedir apoyo y trabajar con el Ministerio de Turismo en promoción turística, capacitación, y material promocional para difundir las tradiciones de Machachi.
- Se debe mejorar aspectos como la infraestructura de los servicios para el turista como el alojamiento, alimentación, recreación y transporte.
- El turismo es una oportunidad para el desarrollo de la población, no solamente por obtener beneficios económicos sino por la responsabilidad social que tenemos todos los ecuatorianos de dar a conocer nuestra culturas y tradiciones que poseen los pueblos y sobretodo nuestra gente, a turistas nacionales y extranjeros

Bibliografía

- Aceranza, M. A. (2005). *PROMOCION TURISTICA*. MEXICO: trillas.
- BENNET, M. (1988). *DICTIONARY OF MARKETING TEMS*. Chicago: .
- Defenición, A. (2012). *DEFINICION GENERAL*. Recuperado el 19 de 05 de 2015, de Definon de plan: <http://www.definicionabc.com/general/plan.php>
- Díaz, D. (23 de 04 de 2013). *El Medioo Digital*. Recuperado el 14 de 09 de 2015, de Periodicos Impresos: www.ull.es/publicaciones/latina
- Di-bella, G. (1999). *Promocion Turistica*. Mexico.
- ECUADOR. (2015). *PROVINCIA DE PICHINCHA*. Recuperado el 05 de 2015, de Canton Mejia: <http://www.ecuale.com/pichincha/mejia.php>
- Ecuadoriana, M. D. (2011). *CULTURA POPULAR*. Recuperado el 19 de 05 de 2015
- Fajardo, J. (12 de 08 de 2015). El Paseo del Chagra. (E. Pilicita, Entrevistador)
- GAD, Municipal del Cantón Mejía. (2015). *Municipio de Mejía*. Recuperado el 25 de 08 de 2015, de ubicacion: <http://www.municipiodemejia.gob.ec/>
- GAD, Provincia de Pichincha. (14 de 09 de 2015). *Datoa Informativos*. Recuperado el 28 de 09 de 2015, de <http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia/item/13-informacion-general.html>
- GUTIERREZ, A. (2004). *Curso de elaboracion de tesis*. Quito: Serie Didactica A.G.
- Kotler, P. (1974). *Direcion de mercadotecnia*. Mexico: Diana.
- Krippendorff, J. (1971). *Marketing et tourism*. Berna: Lang.
- Landi, C. R. (11 de 04 de 2013). *Oferta y demanda turistica*. Obtenido de <http://problematicaturistica.blogspot.com/2013/04/oferta-y-demanda-turistica.html>
- López, J. (02 de 10 de 2013). *Nuevos Medios de Comunicacion*. Recuperado el 15 de 09 de 2015, de www.saladeprensa.org
- MERINO et al, M. (2009). *Introduccion a la investigacion de mercados*. Madrid: Esic.
- MORENO, M. (2007). *Introduccion a la metodologia de la investigacion educativa II*. Guadalajara: Progreso S.V.
- Oraz, V. (10 de 09 de 2011). *ANÁLISIS Y CRÍTICA DE LA METODOLOGÍA PARA LA*

REALIZACIÓN DE PLANES REGIONALES EN EL ESTADO DE GUANAJUATO. Guanajuato: eudmed.

RECIO, A. (1994). *Marketing mix*. Mexico: atlas.

Reyes, P. (2010). *Monografía del Cantón Mejía*. Machachi: CRYSBALD & ASOCIADOS.

Significados. (2013). *SIGNIFICADOS DE TRADICION*. Recuperado el 19 de 05 de 2015, de Que es tradicion: <http://www.significados.com/tradicion/>

Tourism In, Ecuador. (09 de 10 de 2010). *DEMANDA TURISTICA*. Recuperado el 19 de 05 de 2015, de Ministerio de Turismo inició una investigación de demanda turística: <http://travelinecuador.blogspot.com/2010/09/demanda-turistica.html>

Turismo, E. B. (02 de 05 de 2010). *CONCEPTO DE VISITANTES*. Recuperado el 19 de 05 de 2015, de VISITANTES: <http://amip--destinoturistico.blogspot.com/2010/05/visitantes.html>

Turismo, E. D. (05 de 2010). *CONCEPTOS*. Recuperado el 19 de 05 de 2015, de <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

virtuales, a. (12 de 06 de 2012). *aula turismo*. Recuperado el 13 de 05 de 2015, de [http://aulasvirtuales.wordpress.com/aula turismo/](http://aulasvirtuales.wordpress.com/aula%20turismo/)

Worpress. (24 de 01 de 2015). *definciiones*. Recuperado el 11 de 07 de 2015, de <http://definicion.de/parroquia/>

Worpress. (22 de 03 de 2015). *definicio.de*. Recuperado el 01 de 07 de 2015, de <http://definicion.de/gastronomia/>

ANEXOS



GOBIERNO A.D. MUNICIPAL DEL CANTÓN MEJÍA
DIRECCIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO
Administración 2014 - 2019



Oficio Nro. GADMCM-DDEP-2015-0159-O

Machachi, 14 de octubre de 2015

Asunto: respuesta solicitud

Ingeniera
Frikzia Mendoza
Directora de Carrera
TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA
En su Despacho

Estimada Ing. Mendoza,

Reciba un cordial y afectuoso saludo de la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo del Gobierno A.D. del Cantón Mejía.

En respuesta a su petición para brindar la colaboración necesaria al Sr. estudiante Eduardo Pilicita en la realización del proyecto de titulación "Plan de promoción turística de las tradiciones más relevantes de la parroquia Machachi en el cantón Mejía", me permito informar que desde esta Dirección, se prestará el apoyo necesario ya que es nuestro objetivo apoyar al proceso de investigación que estudiantes universitarios se encuentran desarrollando dentro del Cantón tanto para sus trabajos académicos como para la elaboración de temas de tesis por el intercambio de información y retroalimentación que los estudiantes y esta Dirección reciben.

Agradezco de antemano su atención al presente.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Srta. Leda. Maria Victoria Chiriboga Nielsen
DIRECTORA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO

Copia:

Señora Ingeniera
Liliana Paulina Gutierrez Changoluisa
Promotora Turística

Señorita
Pamela Mariña Cordova Aguilar
Secretaría Ejecutiva

Dirección: Palacio Municipal, Machachi Parque Central Sebastián de Benalcázar, José Mejía E - 50 y Simón Bolívar

Tel: 2 315 036 / 2 315 177 Ebt: 221
www.municipiodemejia.gob.ec

*Documento generado por Ojapec



1/2

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.



GOBIERNO A.D. MUNICIPAL DEL CANTÓN MEJÍA
DIRECCIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO
Administración 2014 - 2019



Oficio Nro. GADMCM-DDEP-2015-0159-O

Machachi, 14 de octubre de 2015

lg

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Encuesta

La presente encuesta es para recopilar información a los posibles visitantes de la parroquia de Machachi.

Marque con una (X) la respuesta que crea conveniente.

1. ¿Genero?

M ☐

F ☐

2. ¿Usted ha visitado la parroquia de Machachi en el cantón Mejía?

Si ☐

No ☐

3. ¿Conoce usted las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi?

Si ☐

No ☐

4. ¿Le gustaría conocer las tradiciones de la parroquia de Machachi?

Si ☐

No ☐

5. ¿HA asistido usted a las fiestas tradicionales de la parroquia de Machachi?

Si ☐

No ☐

6. ¿Considera usted importante conservar las fiestas tradicionales?

Si ☐

No ☐

7. ¿Cómo usted se ha informado de la realización de las fiestas?

TV y Radio ☐

Prensa escrita ☐

Internet ☐

8. ¿Ha obtenido suficiente información sobre estas fiestas?

Si ☐

No ☐

9. ¿Conoce las fechas de realización de las fiestas tradicionales?

Si ☐

No ☐

10. ¿Considera usted importante que exista una revista informativa sobre las fechas de las fiestas de la parroquia de Machachi?

Si ☐

No ☐

Paseo procesional del chagra



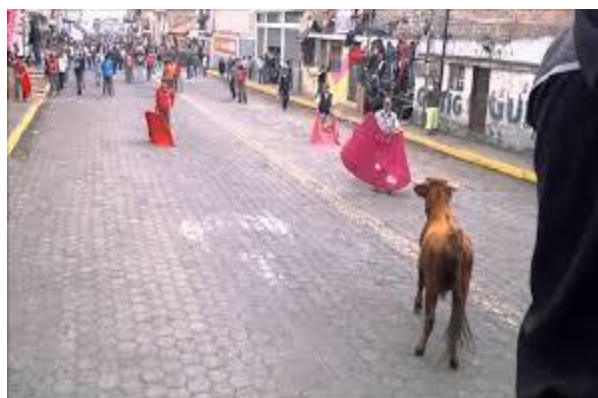
PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

San juanazo (carnaval)



PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Toro bravo por las calles (Pamplonazo)



PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Platos típicos

Caldo de Humacha



Cocinado



Cuy asado



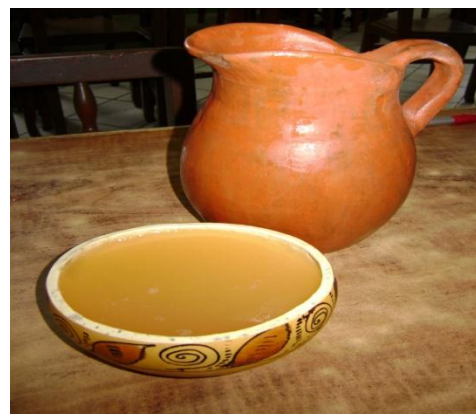
Mote con papas



Fritada



Chicha de jora



Material promocional

Tríptico

*Poema al
cheque*

No se si soy parte de ti,
sombrerito o hacareno,
alita, cinta y cordón,
con aires de ave morena,
tu al garba al viento corras,
das sombra hasta el corazón,
sigue y con quien dar
que de el buen chaga al lucir
tu garbo a la bandolera.

Y tu bufandita al viento,
embrazado protector,
del paramo con pañera,
deja caliente mi silencio
y mi legítima presencia.
Ponchito, coloradito,
como todos tenemos,
antigua y querida provincia de cañilla
y ~~hacareno~~ ~~hacareno~~
precio por de varón!
grato ponchito que ciego
tu calor aquí en mi pecho,
no siento hilos de acero,
cuando en mis hombros montas,
me contagia a tu amor.

Chaga samarzo ~~verde~~,
hacareno corte ~~verde~~,
machacheño, crapanito,
crasa del buen a ndiano:
chivo, pluma, o cimarrón.
bota y espuela sonora, esga tica y disciplina,
la montura se resaca,
contacto con la rodaja,
que va gimieñdo cual paja
que ele viente tuere en la luma...

Radi ~~Guandara~~

Auspiciantes

CARNICOS

VERITO

VERITO & HERNANDEZ
RUCORELLA

GRATO BARRA
VERITO BARRA
CARLOS DE BARRA
BARRA
BARRA BARRA BARRA
BARRA
BARRA BARRA
BARRA

TELEFONOS
CENTROS DE ATENCION
TELEFONOS
BARRA BARRA BARRA

ELECTRONICA

SINAI

OFICINA DE ATENCION
CLIENTELA
CD'S
DISTRIBUCION DE PRODUCTOS COMO
GUITARRAS BATERIAS ALTOS

GRAND TRONSET ETC
FLAMINGO
PARLANTES PARA ALTOS
PARLANTES AMPLIFICADOS
MICROFONOS
AUXIOS
PLASMA
REPRODUCTORES ELECTRONICOS Y
AUDIOCASSET...

Facebook:
www.facebook.com/electronica.sinaid

MACHACHI TRADICIONES Y FIESTAS

*Machachi la
capital mundial
del chagra*

La parroquia de Machachi se ubica en el cantón Mejía al sur de la provincia de Pichincha.

Etimológicamente la palabra MACHACHI es: MA: grande, largo; CHA: Tierra, suelo, terreno; CHI: vivo, activo. Lo mismo que quiere decir: Gran terreno activo.

37 km a Quito
D 388 km a Guayaquil
I 405 km a Cuenca
T 106 km a Santo Domingo
A 481 km
N C I A

FESTIVIDADES

MES	FESTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
Enero	Campeonato (Toro bravo por las calles)	Esta tradicional fiesta se desarrolla a inicios de enero y engalanadas las calles ciudad a esto se le acompaña con una corrida de toros populares muy particulares que se desarrollan en las principales calles de Machachi en ellas se ponen al ruedo a los toros. La tarde concluye con una corrida de toros populares.
Febrero	San Isidro (Carnaval)	El carnaval es una de las tradiciones más importantes de la parroquia, es una fiesta tradicional con comparsas, carros alegóricos, sones, bandas de pueblos, presentación de artistas y gastronomía típica.
Julio	Fiesta del Chagra	Esta tradicional fiesta nace en el año de 1987 en el año centenario de canonización de Mejía y en ella se conmemora también la erupción del volcán Cotopaxi en 1877 y la Fiesta de Santiago Apóstol, patrono de Machachi. El paseo procesional del chagra se abre con el toro pregoneiro, acompañado por cientos de hábiles jinetes sobre hermosos caballos y música de banda. La tarde concluye en la tarde con el espectáculo de toros populares de pueblo.

Comparsas
Carros alegóricos
Bandas de pueblo
Toros populares
Gastronomía
Folklore
Música
Danza

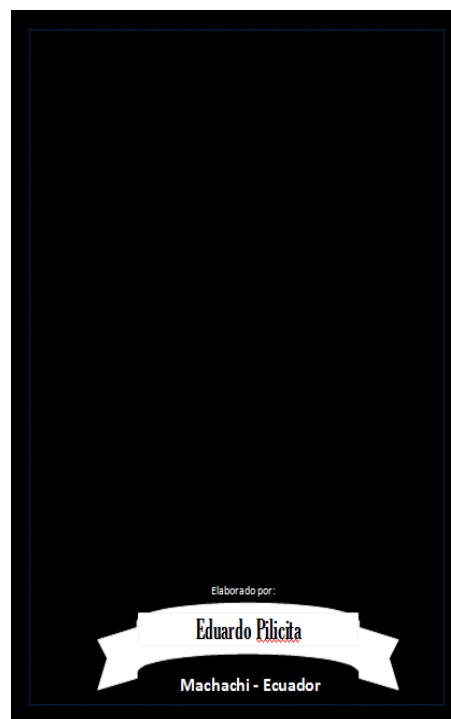
PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Fan page



PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.

Revista turística informativa



PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS TRADICIONES MÁS RELEVANTES DE LA PARROQUIA DE MACHACHI EN EL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA INCREMENTAR LA DEMANDA DE VISITANTES.