



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

EL TURISMO EN LAS ZONAS RURALES DISEÑO DE UN PLAN DE
MARKETING TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE TABACUNDO

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

Autor: Casa Andrango Edwin Vicente

Tutor: Sandra Santiesteban

Quito, Octubre 2013

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.

Edwin Vicente Casa Andrango

CC: 171690011-1

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, EDWIN VICENTE CASA ANDRANGO

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 de Administración Turística y Hotelera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**EL TURISMO EN LAS ZONAS RURALEZ DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LA PARROQUIA DE TABACUNDO**", el cual incluye la creación de un plan de marketing turístico para la parroquia de tabacundo, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del plan de marketing turístico, 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 del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador 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 reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador 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 reconvenición, 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 19 días del mes de Abril del dos mil trece.

f) _____

f) _____

C.C. N 171690011-1

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Edwin Vicente Casa Andrango alumno de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC : 171690011-1

AGRADECIMIENTO

A quien agradezco profundamente es a Dios y a mi padre que desde el cielo me ha guiado por el camino del saber, y me han dado esas fuerzas para cumplir un reto más en el transcurso de mi vida, que sin tenerlo a mi lado no fuese posible realizar las metas, que me propuesto durante la carrera profesional.

.A mi querida madre Rosa, a mi hermano Carlos, que siempre han estado a mi lado y que ellos con su esfuerzo, sacrificio me dieron todo su apoyo para que mi meta se cumpla y así dar un inmenso paso más en mi vida.

Por otra parte también quiero hacer un agradecimiento muy emotivo a mi familia porque siempre han estado preocupados y me han sabido brindar todo su apoyo moral. el cual ha sido de valiosa importancia, que me ha motivado para que pueda culminar mis sueños anhelados .

También aprovecho para expresar mi agradecimiento a todos quienes hacen el prestigioso y noble Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por darme ese espacio para poder adquirir todo el conocimiento y educación ya que mis profesores han dado todo de sí para que día a día siga adelante en mi profesión y así poder ser alguien más dentro de la sociedad de mi querida patria.

DEDICATORIA

La realización de este proyecto de grado lo dedico a tres partes muy importantes dentro de mi vida porque siempre me han estado dando su apoyo a que la realización de este salga de la mejor manera.

Para ello la dedicación es a:

Mi madre ya que siempre ha estado pendiente para brindarme todo su apoyo.

A mi hermano ya que él ha sido el compañero de toda mi vida y ha sido de gran apoyo para la realización de este proyecto.

A mis compañeros ya que durante estos tres años he aprendido mucho de ellos a compartir muchos conocimientos como estudiantes.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

Portada	
Caratula	
DECLARATORIA	
ii	
CESIÓN DE DERECHOS	v
AGRADECIMIENTO.....	
vi	
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	
xiii	
SUMARY	
xiv	
INTRODUCCIÓN	
.....	xv
CAPÍTULO I	
1.1 Antecedentes de estudio	
1	
1.1 Contexto	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	5

Tabacundo:	5
Topominia	6
Historia	6
Geografía	7
Turismo	7
Lagunas de mojada	7
Molino de San Luis de Ichisi (El Cucho)	8
Fiestas de la cosecha	9
El personaje	9
Noche Sampedrana	10
Fiestas de Mama Nati	10
Otras celebraciones	10
Representación contemporánea	11
Juegos populares	12
Gatronomía	12
CAPÍTULO II	
13 Análisis De Involucrados	
13	
2.1 Mapa De Involucrados	13

2.2 Matriz de análisis de involucrados	14
CAPÍTULO III	
15 Árbol de problemas	
.....	15
3.1.-Árbol de problemas	15
ARBOL DE OBJETIVOS	
17	
.....	
17	
CAPÍTULO IV	
19	
4.2 matriz de análisis de alternativas de impacto de los objetivos	
20	
4.3 Diagrama de estrategias	
21	
CAPÍTULO V	
.....	22
Propuesta	
22	
5.1 Antecedentes	
22	
5.2 Descripción	
26	
CAPÍTULO VI	
38 Aspectos administrativos	
.....	38
6.1 Recursos	
38	



6.2 Presupuesto	38
Cronograma de actividades	39
CAPÍTULO 7	
40 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	40
7.1 Conclusiones:	40
7.2 Recomendaciones:	41

TABLA 1 MAPA DE INVOLUCRADOS.....	14
TABLA 2 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS	19
TABLA 3 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	20
TABLA 4 ENCUESTA - EN QUE OCASIONES SALE USTED DE VIAJE	26
TABLA 5 ENCUESTA: CUANDO USTED VIAJA NORMALMENTE CON QUIEN LO HACE	26
TABLA 6 ENCUESTA: QUE REGIÓN DEL ECUADOR PREFIERE VISITAR	26
TABLA 7 ENCUESTA: CONOCE USTED TABACUNDO	26
TABLA 8 ENCUESTA: DE TABACUNDO QUE LE GUSTARÍA CONOCER	27
TABLA 9 ENCUESTA: CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN RECORRIDO POR TABACUNDO ENTRE:	27
TABLA 10 ENCUESTA: PORQUE MEDIO USTED PREFIERE RECIBIR INFORMACIÓN DE TABACUNDO.....	27
TABLA 11 ENCUESTA: CONSIDERA USTED Q ES IMPORTANTE DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS DE TABACUNDO	27

ÍNDICE DE FIGURAS

GRÁFICO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS	15
FIGURA 2: ÁRBOL DE OBJETIVOS	17
GRÁFICO 3: DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	21
FIGURA 4: EN QUE OCASIONES SALE USTED DE VIAJE	28
FIGURA 5: CUANDO USTED VIAJE NORMALMENTE CON QUIEN LO HACE	29
FIGURA 6: QUE PROVINCIA TE GUSTARÍA VISITAR MAS	30
FIGURA 7: CONOCE TABACUNDO	31
FIGURA 8: DE TABACUNDO QUE LE GUSTARÍA CONOCER	32
FIGURA 9: CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR	32
FIGURA 10: IMPORTANCIA DE TABACUNDO	33
GRÁFICO 11: OFERTA	34
GRÁFICO 12: TRÍPTICO	36
FIGURA 13: LAGUNAS DE MOJANDA	

.....	42	FIGURA 14:	FAUNA
.....	43	FIGURA 15:	
MOLINO EL CUCHO EN TABACUNDO	44	FIGURA 16:	
ROSAS DE TABACUNDO.....	45	FIGURA 17	
CIUDAD DE TABACUNDO	45		

RESUMEN

Hemos creado un plan de marketing turístico el cual cuenta con 7 capítulos que brindan información necesaria para el turista, lo que se busca con la creación de este plan de marketing turístico es dar a conocer los aspectos más importantes de la parroquia de Tabacundo, ya que sus atractivos naturales y culturales no son conocidos o son escasamente conocidos. En la cual hemos realizado una investigación muy a fondo para obtener datos importantes que sirvan para enriquecer la identidad de Tabacundo y así obtener una gran demanda de turistas tanto nacionales como internacionales.



Para conseguir estos objetivos del plan de marketing turístico hemos buscado abarcar, solamente lo posible, teniendo en cuenta que la información de este material requiero de la investigación de visitas a los sitios turísticos, el testimonio de los moradores de Tabacundo, ya que las visitas y conversaciones han constituido información elemental para este trabajo.

SUMARY

We have created a tourism marketing plan which has 7 chapters that provide information necessary for the tourist, what is sought with the creation of this tourism marketing plan is to know the most important aspects of Tabacundo parish since their natural and cultural attractions are not know nor are poorly known. In which we have made a very tho rough investigation to obtain important data that serve to enrich the identity of Tabacundo and get a great demand for both domestic and international tourists.

To achieve these objectives tourism marketing plan we sought to include only possible, taking into account that the information I require materials research visits to tourist sites ,the testimony of the inhabitants of Tabacundo as visits and conversation shave provided basic information for this job.

INTRODUCCIÓN

Hemos creado un plan de marketing turístico para la parroquia de Tabacundo, y así, obtener una gran demanda de turistas tanto nacionales como internacionales y obtener un desarrollo sustentable para la población de Tabacundo el cual incluye una recopilación de datos exactos buscando mostrar el desarrollo de todos los lugares turísticos tanto naturales como culturales.

El TURISMO

turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos Arthur Bormann (Berlín, 1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo

ZONA RURAL:

Una región rural es aquella que se caracteriza por la inmensidad de espacios verdes que la componen y que por esta razón está destinada y es utilizada para la realización de actividades agropecuarias y agroindustriales, entre otras.

Generalmente, las zonas rurales se encuentran ubicadas geográficamente a importante distancia respecto de las zonas urbanas, de las cuales por supuesto no solo difieren en cuanto a los espacios para el verde que proliferan en las primeras y escasean en las segundas, sino también en los usos y costumbres, la forma de vida y en la concepción del tiempo que ostentan los que habitan en un lugar y en el otro .el trabajo trata de destacar la importancia económica que tiene la actividad turística

para las poblaciones receptoras por los beneficios que el hecho social puede producir a la vez que advierte los peligros que una actividad descontrolada presenta, por los aspectos negativos que pueden afectar a las comunidades, no sólo por el fenómeno de la aculturación sino particularmente por los daños al entorno. Se establece un método para determinar la capacidad de carga o acogida en una determinada región y los factores a considerar para controlar la afluencia de visitantes. Se hace un análisis de lo que constituye el producto turístico para formular un concepto de lo que es el desarrollo turístico sostenible y los principios de dicha sustentación para preservar el legado histórico, cultural y natural del área. Se analizan los sistemas de gestión ambiental como una medida de control. Una vez determinado el concepto de turismo rural se establecen sus posibles variantes, particularmente el ecoturismo, como la modalidad más importante de un turismo orientado a las áreas naturales y alejadas de las poblaciones urbanas. Se definen algunas otras variantes de turismo rural como el agroturismo, el turismo de aventura, el turismo de salud, el turismo religioso, algunos de ellos ya considerados, en ciertos círculos, como ecoturismo

Tabacundo:

San Juan de Tabacundo. Población de Ecuador, ubicada al nororiente de la ciudad de Quito. Cabecera cantonal de Pedro Moncayo, en la provincia de Pichincha. Es conocida por su gran producción florícola y sus arraigadas costumbres andinas según el último censo realizado por el INEC, la población total de la parroquia de Tabacundo era de 11.000 hab Es decir que más de la mitad de los habitantes del cantón vivían en la ciudad y sus cercanías.



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CAPÍTULO I

1 Antecedentes de estudio

1.1 Contexto

1.-TEMA.

Diseño de un Plan de Marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi

AUTOR: Cristhian Delgado¹, Paola Lorentty², M.Sc Víctor Osorio³ AÑO:
2008.

INSTITUTO: Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) CONCLUSIÓN:

Este tema ayudara a desarrollar la creación de este proyecto ya que es una nueva innovación y daremos a conocer la parroquia de Tabacundo.

2.-TEMA:

Plan de marketing turístico para la operadora “veloz expediciones” provincia de Chimborazo.

AUTOR: Fredy Augusto Encalada

AÑO:2010

INSTITUTO:

Escuela superior politécnica de Chimborazo facultad de recursos naturales

CONCLUSIÓN: El presente tema nos brinda un buen conocimiento ya que puedo saber como son los recorridos turísticos y el valor que cada uno de ellos pueden tener

3.-TEMA:

Diseño del plan de marketing turístico para incrementar la afluencia de visitantes en los municipios de Cacaopera, Arambala, Perquín y corinto que conforman la ruta de la paz, ubicados en el departamento de Morazán

AUTOR: *Manuel Bella*

AÑO:2008

INSTITUTO: Departamento de Morazán

CONCLUSION: El presente tema nos sirve ya nos enseña el diseñado de un plan de marketing para incrementar la afluencia de visitantes y así podremos realizar un buen proyecto para que Tabacundo llegue hacer unos de las parroquias más visitadas a nivel nacional e internacional



4.-TEMA:

“Propuesta de un diseño de plan de desarrollo turístico para incentivar el turismo en la playa el Espino del municipio de Jucuarán departamento de Usulután”

AUTOR: Ana Vilma de Escobar

AÑO: 2008

INSTITUTO: Universidad Nacional Experimental del Yaracuy Venezuela

CONCLUSION: Nos ayudara a incentivar el turismo ya que hoy en día es una de los factores más económicos que está dejando el país.

5.-TEMA:

El plan de marketing turístico del Ecuador

AÑO: 2008

AUTOR: Josep Chias

INSTITUTO: Ministerio de turismo

CONCLUSION

La presente investigación aporta para descubrir la realidad turística de la parroquia de Tabacundo, ya que a partir de la creación de este proyecto se dará a conocer más a fondo los recursos naturales de la parroquia y así obtener un beneficio económico y sustentable. Ya que queremos tener una visión actual de lo que se encuentra en nuestra parroquia

1.2 JUSTIFICACIÓN



Se ha visto la necesidad de dar a conocer a fondo los recursos naturales de nuestra parroquia para su difusión ya que es importante porque daremos a conocer a los turistas nacionales e internacionales nuestros recursos naturales y de esta manera se interesen en descubrir más a fondo la belleza de nuestra parroquia , y así obtener un crecimiento económico ya q con la creación de este proyecto se buscara que Tabacundo tenga un mayor impacto de visitantes brindándoles una buena acogida para q los turistas se sientan conformes y satisfechos, y así obtener beneficios para la gente del lugar .

OBJETIVOS.- Objetivos Específicos.-

- Dar a conocer los atractivos turísticos que hay dentro de la parroquia de Tabacundo
- Difusión de los lugares turísticos

- Descripción de los diferentes lugares turísticos para visitar con los turistas
- Dar a conocer detalladamente
- Los distintos atractivos turísticos y rutas específicas

Objetivos Generales.-

- Capacitar a las personas de los alrededores de los lugares turísticos, para que brinden mayor información sobre los mismos
- Dar a conocer por los diversos medios informativos, sobre los lugares turísticos que tiene Tabacundo
- Mejorar la calidad de información que obtiene de la guía turística de nuestro Cantón

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Hemos visto la necesidad de crear este proyecto ya que quiero promover el turismo en la parroquia de Tabacundo el cual cuenta con maravillosos sitios naturales al igual q históricos



muy importantes en nuestro país ya que no han sido explotados por falta de conocimiento y planificación y ya que son recursos que podrían generar fuentes de trabajo para los habitantes de la parroquia Tabacundo y ante todo se daría a conocer la importancia que estos tienen para la preservación del medio ambiente fomentando un turismo ecológico que busque integrar al ser humano con la naturaleza alejándolo de sus problemas y de las ciudades para buscar un descanso en estos lugares ya que le puedan llevar hacer una recarga energética descanso físico y armonización espiritual .Ecuador, oficialmente República del Ecuador, es un país situado en la región noroccidental de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico. Tiene una extensión de 283 520 km². Su capital es Quito. Es un estado constitucional, republicano y descentralizado, dividido políticoadministrativamente en 9 regiones y distritos autónomos, 24 provincias, 221 cantones y 1.500 parroquias. El país es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la Cordillera de los Andes, con más de 80 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo con 6310 msnm. Al oeste de los Andes se presentan el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia. Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo. Es actualmente uno de los países más tradicionales y culturalmente mejores conservados del mundo, tiene 5 nominaciones para el Patrimonio Cultural de la Humanidad, dos por Patrimonio natural de la humanidad y más de 20 candidatos para otras conmemoraciones de la UNESCO. Gracias a la campaña turística "*Ecuador Ama la Vida*", el país se ha convertido en el cuarto más visitado de Sudamérica, Ecuador es un importante exportador de petróleo en la región, además consta como el principal exportador de banano a nivel mundial y uno de los principales exportadores de flores, camarones y cacao.

Tabacundo:

Tabacundo. Población de Ecuador, ubicada al nororiente de la ciudad de Quito. Cabecera cantonal de Pedro Moncayo, en la provincia de Pichincha. Es conocida por su gran producción florícola y sus arraigadas costumbres andina según el último censo realizado por el INEC, la población total de la parroquia de Tabacundo era de 11.000 habitantes. Es decir que más de la mitad de los habitantes del cantón vivían en la ciudad y sus cercanías.

Topominia

Existen dos hipótesis sobre la raíz del nombre Tabacundo. Una dice que proviene de 2 palabras quichwas: Taba = Pueblo y Cundo = Anciano; que nos daría una idea de que tal vez fue un

pueblo en el que vivía una cantidad considerable de ancianos, o quizás un asentamiento muy antiguo incluso para los pobladores primitivos de la zona.

Otra corriente defiende que el nombre proviene de un legendario soldado español, Alonso de Tabacundo, quizás el primero en tener contacto con los indígenas de la comarca.

Historia

Se desconoce la fecha exacta de fundación de este pueblo debido a su poca relevancia durante la época prehispánica del Ecuador; aunque se lo relaciona con el vecino lugar sagrado de Cochasquí. Los primeros datos confiables que se obtienen corresponden al año 1534, cuando tras fundar Quito, los españoles iniciaron el proceso de división administrativa de estas tierras, y en las que se menciona a Tabacundo como un caserío indígena que ya existía a la llegada de los conquistadores.

La población indígena de Tabacundo tuvo dos orígenes: la mitad eran lacayos y la otra mitimaes procedentes del Perú para asegurar la expansión del imperio inca.

Tras la llegada de los españoles, este asentamiento indígena tuvo relativa importancia, razón por la cual en 1534 pasó a formar parte del corregimiento de Otavalo y obtuvo cierto grado de independencia administrativa dentro del mismo. Tabacundo recibió la ilustre visita del libertador Simón Bolívar, quien pernoctó en la ciudad en su viaje hacia Quito para su incorporación a la Gran Colombia.

En 1869, ya durante la época republicana, la ciudad de Ibarra fue asolada por un terremoto que la destruyó prácticamente en su totalidad. Fue entonces que Tabacundo fue designada como capital de la provincia de Imbabura; condición que mantuvo hasta 1872, cuando la ciudad blanca fue reconstruida y la administración provincial regresada a la misma³

Pasó entonces a formar parte del cantón Cayambe, al que perteneció hasta el 26 de septiembre de 1911, fecha en la que se creó el cantón Pedro Moncayo y pasó a formar parte de la cabecera de esta jurisdicción.

Recientemente, Tabacundo emergió de una profunda crisis migratoria que sufrió en los años 90's. La industria florícola que se asentó en sus alrededores logró generar gran cantidad de puestos de trabajo para sus habitantes, e incluso atrajo migración de gente de la Costa del país y del sur de Colombia.

Geografía

Tabacundo está ubicada al nororiente de la provincia de Pichincha, en los -00.15° de latitud y -78.15° de longitud. El área urbana rodea casi los 2km, y está asentada en el margen occidental del by-pass Guayllabamba-Tabacundo-Ibarra, que se deriva de la carretera panamericana entre Guayllabamba y Cayambe. Es cabecera del cantón Pedro Moncayo. La ciudad está ubicada entre los 1.730 y 4.300 msnm por lo que su clima es frío aunque no en extremo, variando entre los 8 a los 14°C promedio.

Como capital cantonal, Tabacundo es el núcleo urbano de las otras cuatro parroquias que conforman el mismo: La Esperanza, Tupigachi, Tocachi y Malchinguí.

Turismo

Además del santuario de Mama Nati, el edificio de la municipalidad, las elegantes casas coloniales que rodean el parque central "Homero Valencia", y los paradores turísticos dispuestos a lo largo de la carretera; Tabacundo cuenta también con atractivos fuera de sus límites urbanos:

- a. Lagunas de Mojanda
- b. Loma de Cananvalle
- c. Molinos de Cananvalle (Molino del cucho)
- d. Cascadas de Cananvalle

Lagunas de mojanda

Están asentadas en el cráter de un volcán que se dice anteriormente tenía una dimensión similar al Cotopaxi y que hace miles de años sufrió una fuerte erupción que provocó la destrucción de su cono y la aparición posterior de las cuatro lagunas (laguna grande, laguna negra, laguna chiquita y laguna chiriacu). La laguna huriaacu se encuentra al suroeste del área y esta a 3.700 msnm.

La laguna negra o huarmicocha se encuentra a 3.736msnm, esta ubicado al pie del serró yanaurco, la montaña mas alta del nudo de mojanda, esta laguna esta cubierta por un pantano que sirve como filtro para el agua que pasa a la laguna grande, la huarmicocha es alimentada por la laguna chiquita, esta ubicada a 3.796 msnm. Por ultimo, se observa la laguna grande o caricocha a una altura de 3.714 msnm, esta laguna cuenta con una belleza única ,rodeada por los cerros yanaurco, fuyafuya y colangal; en todo su contorno se asienta un bosque con arboles milenarios de polylepis, área preferida para las caminatas de excursionistas interesados en observaciones de flora y fauna.

Entre las especies de aves más predominantes de la zona se encuentran : perdiz de paramo, zumbadoras, plateros, estrella ecuatoriana, mirlos, golondrinas negras, quilicos, quinde café, entre otras. Los mamíferos que se pueden observar ocasionalmente son: lobo de paramo, conejo, chucuri, zorrillo, soche, puma, y sachacuy. También es importante destacar la presencia de truchas en las lagunas lo que permite el desarrollo responsable de la pesca deportiva.

Finalmente, cabe agregar que alrededor de las lagunas giran mitos y leyendas que las vuelven un escenario atractivo para la exploración y el conocimiento , ubicadas a tan solo 20 minutos desde la cabecera cantonal Tabacundo

Molino de San Luis de Ichisi (El Cucho)

Es una reliquia de piedra que a servido para moler granos de maíz y desde hace más de 250 años, su operación se debe a la fuerza hidráulica que generan las vertientes naturales de agua provenientes de las lagunas de mojanda.

Se encuentra ubicado en la comunidad de San Luis de Ichisi, en una bodega antigua que consta de paredes de adobe de 1,20 metros de grosos, lo que hace referencia a técnicas de construcción de la misma antigüedad que el molino. Desde que empezó a funcionar este molino ha servido a miles de personas en la zona, que hasta la actualidad le utilizan para obtener la más fina y elaborada harina.

La visita al molino es interesante, por la estructura hidráulica que se construyó hace tantos años y que hasta el momento tiene una gran funcionalidad y eficiencia de operación. También tiene un recolector de la harina molida la cual se va recogiendo en fundas o costalillos, para su venta. Es una forma antigua de hacer harina ya que las semillas o granos no contiene ningún tipo de pesticida o fumigante químico. Además es un proceso muy fácil de realizar ya que la energía de la corriente de agua nos facilita el trabajo.

Fiestas de la cosecha

Una celebración que se remonta a los tiempos precolombinos en los que los indígenas agradecía a la madre tierra por los favores recibidos y la buena cosecha del año. Hoy en día se sigue

celebrando cada septiembre, cuando se inician las festividades con la elección de la Reina del Cantón. Cada barrio de la ciudad realiza actividades conmemorativas a la fecha: exposiciones, fiestas, procesiones, desfiles, etc. Es durante esta celebración que se realiza la "Corrida de Toros Populares" en la plaza del barrio La Banda, durante tres días de festejo taurino-popular al que asisten no solo los lugareños sino vecinos de comunidades y ciudades cercanas.

Este viernes 28 de junio, como parte de las Fiesta de San Pedro, los moradores del cantón Pedro Moncayo se "toman la plaza" de su cabecera cantonal Tabacundo, en medio de la algarabía de inspiradas coplas, acompañadas por el sonido de campanillas, guitarras y rondines.

Aruchicos, chinucas, aya humas, preciosas huarmis y huasicamas, se concentran alrededor de las seis de la tarde en El Arenal, el barrio más septentrional de la ciudad, para desde allí dirigirse hacia la plazoleta 1 de Enero, ubicada en el barrio San Blas, donde se arma la tarima de autoridades.

Después de recorrer las principales calles de Tabacundo con un frenético baile, los moradores de Pedro Moncayo llegan a presentar sus mejores trajes, entonar las coplas más picarescas y presentar sus mejores taquidos frente a la tribuna de autoridades.

En la actualidad, la Toma de la Plaza, simbolizada por un compacto baile de cientos de participantes que zapatean sobre el suelo, sintetiza la rebeldía de las masas campesinas frente a su antagónica clase explotadora, como un intento de recaudar lo que les fue arrebatado, adoptando para ello una recia actitud de lucha y organización propias de quienes han sentido sus derechos.

El personaje

El Aruchico, personaje importante de la fiesta, viste un zamarro de cuero de chivo, poncho de varios colores siendo el principal el rojo, un pañuelo grande de diferentes tonalidades que cubre su cabeza y un sombrero con cintas de colores. También lleva una capa de cuero de res en la que están sujetas unas campanas de bronce, que con los violentos movimientos del baile producen ruidos ensordecedores.

Noche Sampedrana

Las fiestas de San Pedro se remontan a la época pre-inca, cuando rendían culto a los solsticios y equinoccios los habitantes del valle Equinoccial (Cayambe–Cochasqui), al norte de la provincia de Pichincha, que actualmente comprende los cantones Pedro Moncayo y Cayambe.,.



La conquista y colonización española no pudo cambiar estas manifestaciones de cultura y tuvieron que adscribir las a sus fiestas religiosas, especialmente aquellas referentes al santoral católico. De esta manera, las celebraciones del Inti Raymi cercano a las fiestas de San Pedro y San Pablo, las adecuaron, provocando una mezcla entre lo autóctono y lo religioso, en un proceso de sincretismo cultural; mediante el cual perduraban las manifestaciones culturales autóctonas y se les asignó el nombre de Fiestas de San Pedro. En la actualidad el folclor y otras manifestaciones culturales del San Pedro no solo han quedado como patrimonio de las comunidades indígenas, porque la población blanco-mestiza también ha asumido como propio este festejo, que se constituye en el eje principal de la expresión cultural del cantón Pedro Moncayo. La celebración de esta fecha termina con el desfile de la confraternidad o unidad, donde participan carros alegóricos de todos los barrios y parroquias del cantón, así como las comparsas de instituciones educativas.

Fiestas de Mama Nati

Las fiestas en honor a la patrona de la ciudad: la santísima Virgen de la Natividad (*Mama Nati*), se realizan cada mes de noviembre. La conmemoración incluye una pintoresca procesión por los barrios de la ciudad, fuegos pirotécnicos, la bendimia en el Parque Principal. Además se realiza una novena en el santuario de la virgen, ubicado en el centro de la ciudad.

Otras celebraciones

Las "Fiestas del Sol" (Inti Raymi), son desarrolladas durante los últimos días del mes de junio; en los que las calles y plazas de Tabacundo se llenan de colorido y sabor indio, con los Aruchicos, las Chinucas y las Ramas de Gallo. Una celebración donde, al son de la guitarra y el rondín, se entonan versos llenos de amor por las raíces indias de este pueblo. Los disfraces como el Zamarro y el Diablolhuma, son parte del folclor tabacundeño durante estas fechas.

En la época de los incas, esta ceremonia se realizaba en la plaza Huacaypata (hoy Plaza de armas del Cusco), con la asistencia de la totalidad de la población de la urbe, tal vez unas cien mil personas. Con la llegada de los españoles, fue suprimida.

En el solsticio de invierno sucede el día más corto y la noche más larga del año. Durante la época incaica, ese hecho revestía fundamental importancia, pues era el punto de partida del nuevo año, que se asociaba con los orígenes de la propia etnia inca. Inca Garcilaso de la Vega nos dice que era ésta la principal fiesta y a ella concurrían «los curacas, señores de vasallos, de todo el imperio con sus mayores galas e invenciones que podían haber». La preparación era



estricta, pues en los previos «tres días no comían sino un poco de maíz blanco, crudo, y unas pocas de yerbas que llaman *chúcam* y agua simple. En todo este tiempo no encendían fuego en toda la ciudad y se abstenían de dormir con sus mujeres». Para la ceremonia misma, las vírgenes del Sol preparaban unos panecillos de maíz.

Ese día, el soberano y sus parientes esperaban descalzos la salida del sol en la plaza. Puestos en cuclillas («que entre estos indios es tanto como ponerse de rodillas», aclara el cronista), con los brazos abiertos y dando besos al aire, recibían al astro rey. Entonces el inca, con dos vasos de oro, brindaba la chicha: del vaso que mantenía en la mano izquierda bebían sus parientes; el de la derecha era derramado y vertido en un tinajón de oro.

Después todos iban al Coricancha y adoraban al sol. Los curacas entregaban las ofrendas que habían traído de sus tierras y luego el cortejo volvía a la plaza, donde se realizaba el masivo sacrificio del ganado ante el fuego nuevo que se encendía utilizando como espejo el brazalete de oro del sacerdote principal. La carne de los animales era repartida entre todos los presentes, así como una gran cantidad de chicha, con la que los festejos continuaban durante los siguientes días.

Aunque hoy conocemos a esta celebración con su nombre quechua de Inti Raymi, en realidad se trata de una festividad común a muchos pueblos prehispánicos de los Andes, y que seguramente precede con mucho a la formación del Imperio incaico.

El Inti Raymi aún se celebra como rito sincrético en muchas comunidades andinas. En el callejón interandino septentrional del Ecuador, por ejemplo, el conjunto de festividades relacionadas abarca todo el mes de junio y parte de julio, teniendo cada ciudad sus propios ritos y costumbres, y llegando a paralizarse la vida cotidiana como efecto de las celebraciones, que toman las avenidas noche y día.

Representación contemporánea

En el Cusco de hoy, el Inti Raymi, como no podía ser de otro modo, tiene un carácter distinto, de espectáculo dirigido tanto a los turistas como a los propios cusqueños, para quienes es un punto de referencia de su conciencia local. Por esto último concita tanto entusiasmo y participación masiva.

La representación, en la que intervienen miles de personas, empieza frente al Coricancha, donde un inca (rey) ficticio realiza una invocación al Sol. Los espectadores, entre tanto, esperan en la explanada de Sacsayhuamán, hacia la que el cortejo se desplaza de inmediato. Éste ingresa

al escenario llevando al inca en su litera por grupos que representan a los pobladores de los cuatro suyos. Después se procede al sacrificio de una alpaca y el inca invoca a su padre el Sol. La nueva versión del Inti Raymi nace por iniciativa de Humberto Vidal Unda. El guion de la representación lo escribió en quechua Faustino Espinoza Navarro, quien durante muchos años también representó el papel de inca. Los participantes toman muy en serio su papel y el espectáculo es un derroche de colorido, música y danzas.

Con más de sesenta años de existencia, el nuevo Inti Raymi es ahora parte inseparable de la vida del Cusco. No sólo es el acto central del mes en la ciudad, sino que su fama ha trascendido las fronteras peruanas y también, dentro de ellas, ha sido el ejemplo para otros festivales de la identidad nacional, como el Cóndor Raymi

Juegos populares

- a. Cabez o Trompos
- b. Pelota
- c. Bolas o Canicas
- d. Ecuavolley
- e. Tortas

Cabe señalar que el equipo de Cabez de Tabacundo es muy reconocido en el noroccidente de Pichincha y el sur de Imbabura.

Gatromía

Extenso número de manjares de la serranía ecuatoriana encuentran su particular sabor en Tabacundo. Además se puede degustar de platos propios de la zona

- a. Mojicones
- b. Melcochas
- c. Empanadas de Carne
- d. Fritada
- e. Más de treinta platos en base al maíz

CAPÍTULO II

Análisis De Involucrados

2.1 Mapa De Involucrados

Tabla 1 Mapa de involucrados

BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS	OBSERVACIONES
Pueblo de Tabacundo		el pueblo en general ya que se dará a conocer toda la belleza de Tabacundo
Sectores de Tabacundo		ya que con la creación de este proyecto se difundirán los diferentes Sectores turísticos mas visitados
Comunidades		ya que por la gran acogida de turistas Las comunidades tendrán un gran Beneficio económico y sustentable
	Turistas	consideraran nuevas alternativas para fomentar
Autoridades		Más a fondo el turismo como autoridades se buscara apoyo para lograr fomentan más a fondo El turismo

2.2 Matriz de análisis de involucrados

Con la creación de este proyecto se ha visto que la parroquia de Tabacundo obtendrá beneficios directos e indirectos ya que se obtendrá un crecimiento sustentable y a la vez llegara a ser conocido a nivel nacional e internacional porque con la visita de turistas se lograra un sustento



y así todos los recursos naturales y tradicionales de la parroquia de Tabacundo llegaran a obtener un buen realce en la sociedad.

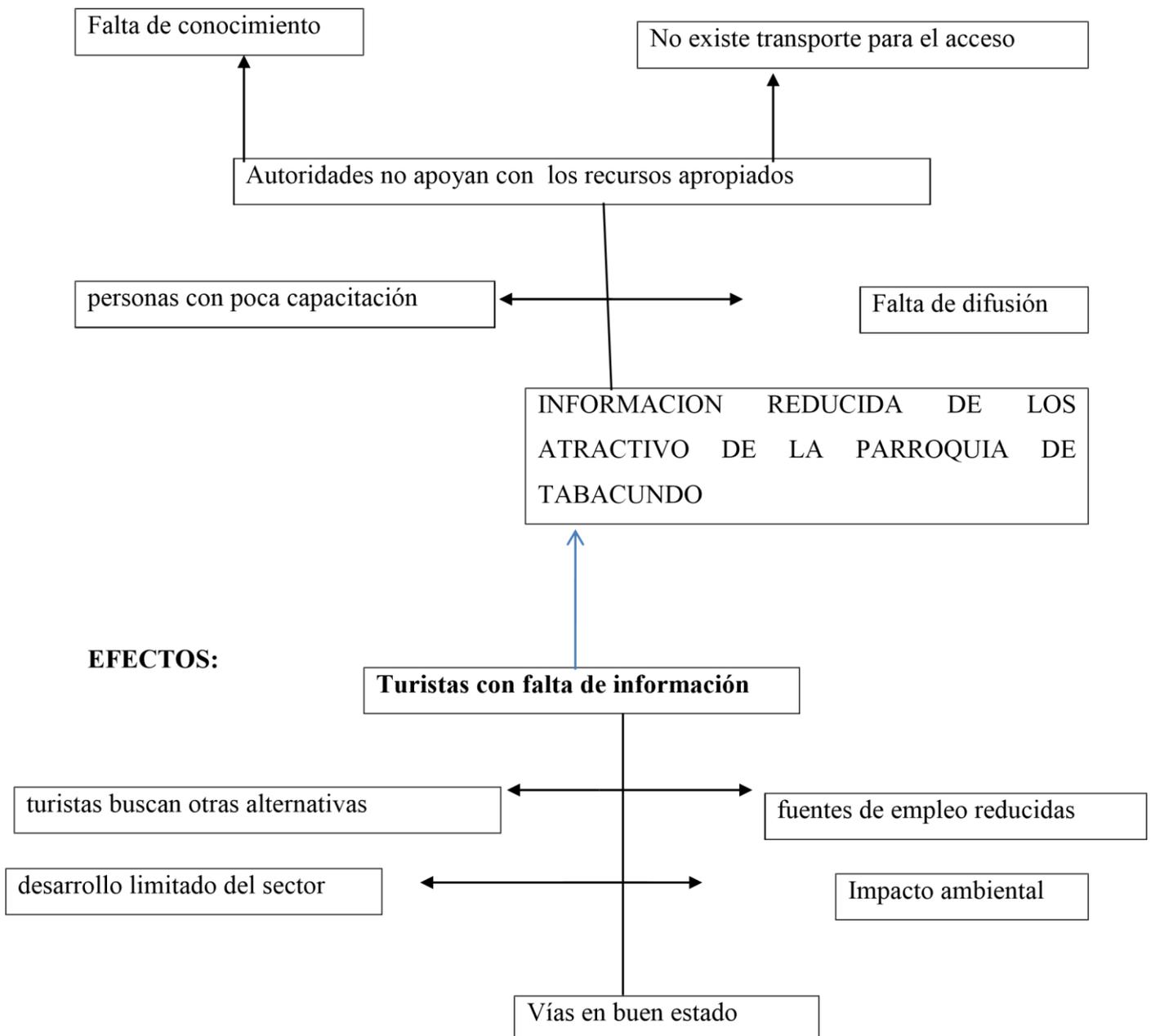
CAPÍTULO III

Árbol de problemas

3.1.-Árbol de problemas

Figura #1

**GRÁFICO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS
CAUSAS:**



Con la creación de este proyecto y realizando el árbol de problemas y objetivos, se ha visto que la parroquia de Tabacundo tiene muchos problemas ya que no ha podido ser reconocida por la falta de información y de recursos económicos. Pero con la creación del proyecto vamos a realizar que la parroquia de Tabacundo pueda ser reconocida nacional e internacional mente



y así obtener una gran demanda de turistas pero sin dañar los recursos naturales que hay dentro de ella, y lograremos que las autoridades y todo el pueblo en general tengan un buen sustento económico.

ARBOL DE OBJETIVOS

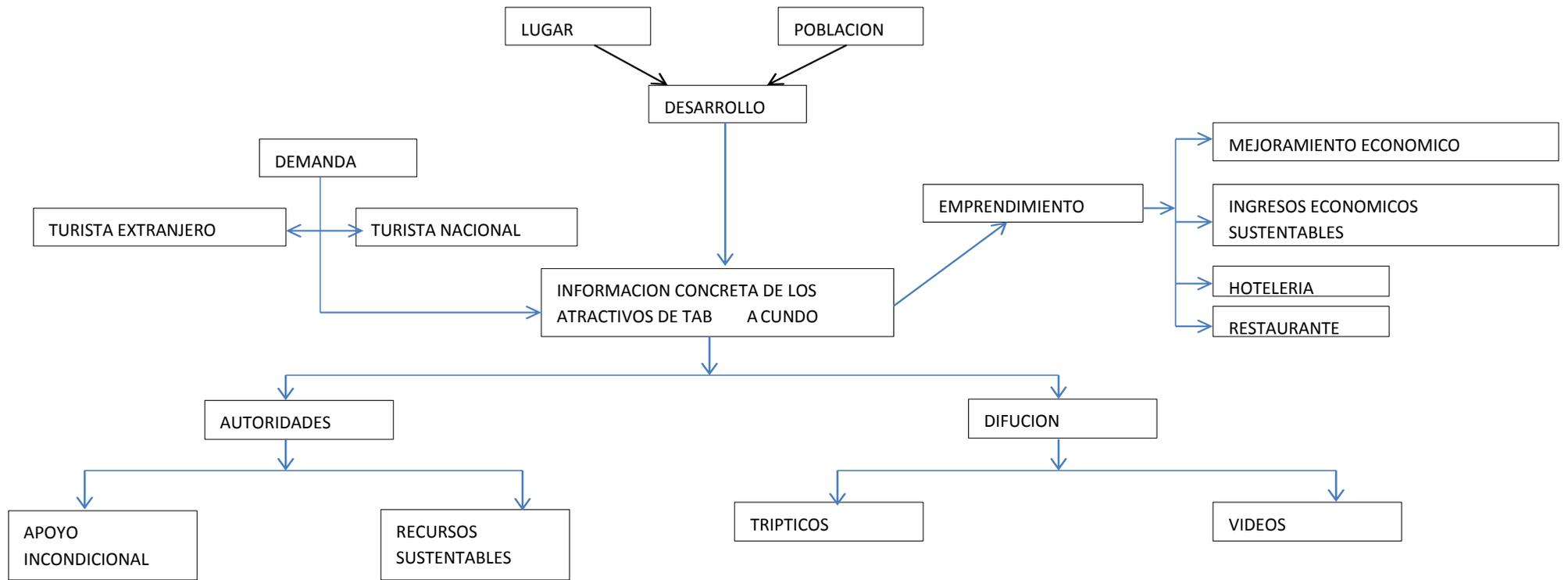


Figura 2: ÁRBOL DE OBJETIVOS

Para la creación del árbol de objetivos hemos visto la recopilación de todos los aspectos que den información concreta para obtener un desarrollo y una gran demanda de turistas nacionales y extranjeros brindándoles una buena vía de acceso una buena información con trípticos y videos.

CAPÍTULO IV

4.1 Matriz de Análisis de alternativas

Tabla 2 Matriz de Análisis de alternativas

Ca OBJETIVOS	IMPACTO PROPÓSITO	IMPACTO TÉCNICO	IMPACTO FINAL	IMPACTO SOCIAL	IMPACTO POLÍTICO	TOTAL	CATEGORÍA
PROPUESTAS DE APOYO CON AUTORIDADES	3	2	4	3	3	15	MEDIA ALTA
INCREMENTAR LA PUBLICIDAD	4	2	4	4	3	17	ALTA
OBTENER UN MEJOR SUSTENTO ECONÓMICO	3	2	3	4	3	16	ALTA
GUÍAS CAPACITADOS PARA EL RECORRIDO DEL LUGAR TURÍSTICO	3	2	3	4	2	14	MEDIA ALTA
INFORMACIÓN CONCRETA	3	3	2	4	3	15	MEDIA ALTA
DIFUSIÓN CON VIDEOS	3	3	3	4	2	15	MEDIA LATA

TOTAL	19	14	22	23	16	92	
-------	----	----	----	----	----	----	--

Tabla #3

4.2 matriz de análisis de alternativas de impacto de los objetivos

Tabla 3 matriz de análisis de alternativas de impacto de los objetivos

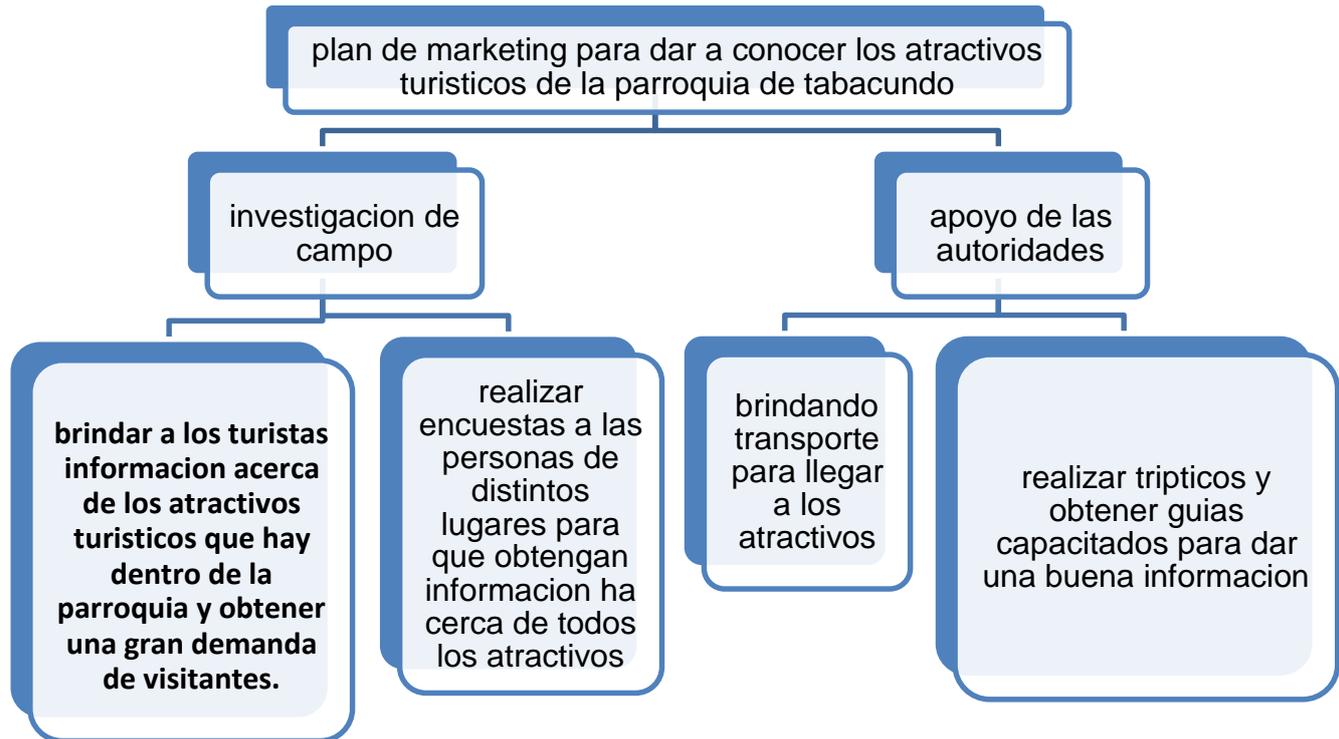
MATRIZ DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS					
OBJETIVOS	FACTIBILIDAD DE LOGRARSE	IMPACTO EN GENERO	IMPACTO AMBIENTAL	RELEVANCIA	SOSTENIBILIDAD
Dar a conocer los atractivos turísticos que hay dentro de la parroquia de Tabacundo	Lograremos dar a conocer brindando publicidad y realizando encuestas para q los turistas tengan una buena información	La población en general podrá valorar la riqueza natural	Visitas de turistas en gran numero	Brindar a los turistas nuevas alternativas	Lograremos resaltar y brindar a los turistas estos recursos naturales ya que no han sido comúnmente visitados
Difusión de los lugares turísticos	Realizar una propuesta o un plan de marketing para propagar los atractivos turísticos	Por falta de conocimientos o de difusión de los atractivos	Tomar medidas para para que los atractivos no tengan ninguna contaminación	Un plan de marketing para para conocer los distintos atractivos naturales	Indica los recursos únicos de cada lugar al igual que su conservación

Descripción de los diferentes lugares turísticos para visitar con los turistas	Dar a conocer detalladamente Los distintos atractivos turísticos y rutas específicas	Conocimiento de los atractivos en todos los aspectos	Resalutación de su flora y fauna	Para conocer y evitar alterar, destruir el entorno natural	Destacar la conservación que se debe dar a cada lugar
Capacitación a los turistas y pobladores	Contar con gente capaz concederá en el ámbito turístico ya que pueden contribuir en este aspecto	Nuevas expectativas e ideas para el desarrollo del turismo	Ideas motivadoras para conservar lo que posee nuestros atractivos	Brindar una adecuada preparación y tendremos gente dispuesta a fomentar el turismo en la parroquia de Tabacundo	Fomentar desarrollar conocimientos turísticos y de conservación del medio ambiente en cada poblador

Figura #3

4.3 Diagrama de estrategias

GRÁFICO 3: DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS



CAPÍTULO V Propuesta

5.1 Antecedentes

Un Plan de promociones, mercadeo o marketing (Plan de Marketing) es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de producto. También puede hacerse para toda la actividad de una empresa. Su periodicidad puede depender del tipo de plan a utilizar, pudiendo ser desde un mes, hasta 5 años (por lo general son a largo plazo).

Concepto Marketing es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio (KOTLER, P. 1997.) El término Marketing se utiliza de varias formas, generalmente se lo asocia con el concepto de ventas, aplicado a un destino turístico, vender equivaldría a conseguir que un mayor número de turistas visiten el destino. En otras ocasiones se confunde el marketing con promoción turística, con publicidad y participación en ferias.

La palabra marketing se suele traducir como Mercadología o Mercadotecnia (francés), mercática o mercadeo (hispanos). También se ha traducido como comercialización. En la actualidad el uso de la palabra marketing se ha generalizado y se la emplea sin traducirla a ningún idioma. El marketing es proceso social, orientado a la satisfacción de las necesidades y deseos de los individuos y organizaciones para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades (Lambin, 1991). Este enfoque llamado concepto de marketing, pone de relieve a la orientación hacia el cliente y la orientación de las actividades de marketing para corregir los objetivos de desempeño corporativo. En ocasiones se sintetiza como una orientación al cliente (Stanton; Etzel; Walker, 2000).

2. El Marketing turístico El Marketing turístico pasa

a desempeñar un papel fundamental, ya que permite Identificar todas las necesidades que tiene el consumidor/usuario y planificar las acciones que deberá realizar la empresa para que este quede plenamente satisfecho (IGLESIAS, J. 1998). 3. Evolución del marketing Los orígenes del marketing en Estados Unidos se remonta a los tiempos de la colonia, cuando los primeros colonizadores practicaban el trueque entre ellos y con los indios; algunos se convirtieron en detallistas, mayoristas y vendedores ambulantes. Pero el comercio en gran escala empezó a tomar forma durante la Revolución Industrial a fines de la década de los 1800. Desde entonces el marketing ha pasado por tres etapas sucesivas de desarrollo

Definición de marketing turístico

El marketing se refiere a cómo un negocio u organización promociona sus productos y servicios. El marketing de turismo tiene que ver específicamente con cómo la industria del turismo y la hospitalidad promociona los productos y servicios que ofrece a turistas y viajeros. Si bien los conceptos del marketing en general se aplican al marketing de turismo, también existen algunas modificaciones específicas que la industria del turismo realiza para focalizar sus esfuerzos. Estos ajustes atienden las necesidades de la industria y de los turistas a los cuales la industria promociona sus servicios

Marketing

Según informa la Asociación Estadounidense de Marketing (AMA), el marketing va más allá de la simple promoción y publicidad de los productos y servicios que una compañía vende. La AMA dice que el marketing es un proceso, y como tal requiere un planeamiento extensivo. Requiere de empresas que promocionen bienes y servicios para aprender acerca de los turistas que intenta atraer y luego crear, fijar precios y promocionar los bienes y servicios que satisfagan las necesidades del público.

La industria de turismo involucra en mayor medida la promoción de servicios relacionados con actividades recreativas y turísticas. Algunos ejemplos incluidos dentro del marketing de turismo son el transporte, alojamiento, comidas, bebida y entretenimiento. En general una empresa que utilice el marketing del turismo se

especializa en un aspecto puntual del turismo en lugar de en varios aspectos del marketing..

Geografía

La diferencia principal entre la industria del marketing en general y el marketing del turismo es la distribución del producto o servicio. En el primer caso la distribución de bienes y servicios va desde la empresa hacia el cliente. En el caso del marketing del turismo, los clientes van hacia el negocio.

Consideraciones

Para lograr superar el obstáculo de la distribución asociado al marketing del turismo muchas empresas trabajan juntas para desarrollar sus políticas. Por ejemplo, un agente de viaje puede unirse con hoteles. Líneas aéreas y empresas operadoras de tours enfocándose en los turistas y los destinos en los cuales el agente se especializa. Esto implica que cuando un cliente se acerca hacia un agente de viajes, éste podrá además de reservar un vuelo y un hotel, registrar al cliente para que tome un tour en la ciudad que vaya a visitar, reservar entradas para algún show de entretenimiento y reservar una mesa en el restaurante de moda.

La industria del turismo está severamente regulada y afectada por leyes e intervención gubernamental. Las leyes o regulaciones pueden tener un efecto tanto negativo como positivo en el marketing de turismo. Un caso que puede afectar al marketing de turismo son los códigos de construcción, que pueden evitar la construcción de un nuevo hotel o instalación para entretenimientos. Si el código requiriera que una instalación o atracción turística sea renovada, puede provocar un cambio de precios o de opciones disponibles para ofrecer.

Que es el marketing en el sector turístico

En el sector turístico se crea a menudo y sin dudarlo que el marketing y las ventas son lo mismo. El departamento de ventas es uno de los más visibles en el hotel. Los directores de ventas ofrecen a los futuros clientes visitas guiadas y los invitan a los restaurantes. Tiendas y bares del hotel. Por eso, el departamento de ventas es muy visible, mientras que la mayoría de las áreas no promocionales del departamento de marketing trabajan a puerta cerrada. En el sector de la restauración, mucha gente confunde el marketing con la publicidad y la promoción de ventas. No es raro oír decir a los directores de restaurante q no creen en marketing cuando lo que quieren decir realmente es que están decepcionados con el impacto de la publicidad. En realidad la venta y la publicidad sonso dos de las funciones de marketing, y, a menudo, no las más importantes, la publicidad y las ventas son componentes del elemento de comunicación del mix de marketing. Otros elementos son el producto el precio y la distribución. El marketing también incluye la investigación, los sistemas de información y de planificación.

5.2 Descripción

Tabla #4

Investigación de mercado

ENCUESTA

1.-En que ocasiones sale usted de viaje

Tabla 4 ENCUESTA - En que ocasiones sale usted de viaje

FERIADO	ENTRESEMANA	OCASIONES ESPECIALES	OTRAS
50	25	30	18

2.- cuando usted viaja normalmente con quien lo hace

Tabla 5 ENCUESTA: cuando usted viaja normalmente con quien lo hace

FAMILIA	AMIGOS	PAREJA	OTROS
40	35	20	28

Tabla 6 ENCUESTA: que región del ecuador prefiere visitar

3.-que región del ecuador prefiere visitar

costa	sierra	oriente	galápagos
60	30	20	13

Tabla 7 ENCUESTA: conoce usted Tabacundo

4.- conoce usted Tabacundo

Si	no
----	----

53	70
----	----

Tabla 8 ENCUESTA: de Tabacundo que le gustaría conocer

5.- de Tabacundo que le gustaría conocer

lagunas	Comida típica	Fiestas tradicionales	museos	otros
62	20	16	15	10

Tabla 9 ENCUESTA: cuanto estaría dispuesto a pagar por un recorrido por

Tabacundo

Entre:

6.-cuanto estaría dispuesto a pagar por un recorrido por tabacundo Entre:

25 y 20	30 y 40	50 y 70
46	41	36

Tabla 10 ENCUESTA: porque medio usted prefiere recibir información de Tabacundo

7.-porque medio usted prefiere recibir información de Tabacundo

Revistas	Internet	trípticos	otros
26	31	47	19

Tabla 11 ENCUESTA: considera usted q es importante difundir los atractivos de Tabacundo

8.- considera usted q es importante difundir los atractivos de Tabacundo

Si	no
81	42

Figura # 4

1.- EN QUE OCASIONES SALE USTED DE VIAJE

	FERIADO	ENTRESEMANA	OCASIONES ESPECIALES	OTRAS
123%	50%	25%	30%	18%

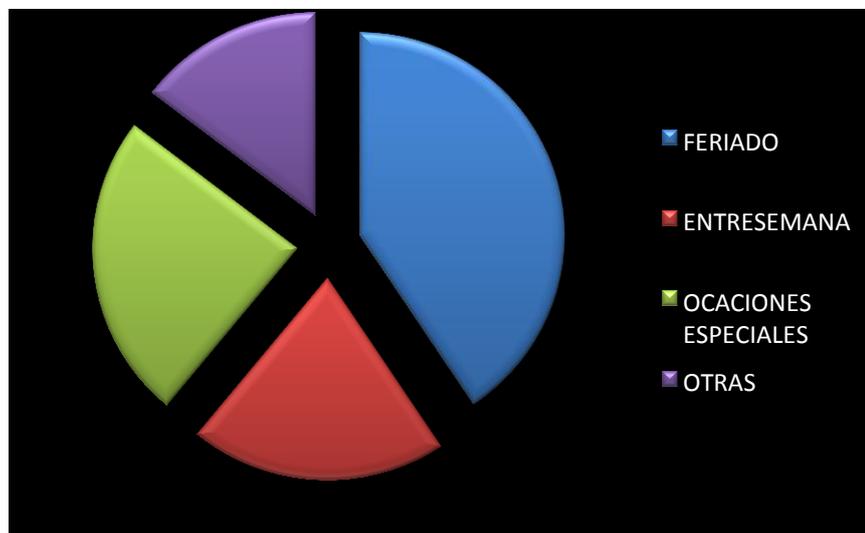


Figura4: EN QUE OCASIONES SALE USTED DE VIAJE

Figura #5

2.- CUANDO USTED VIAJE NORMALMENTE CON QUIEN LO HACE

	FAMILIA	AMIGOS	PAREJA	OTRAS
123%	40%	35%	20%	28%

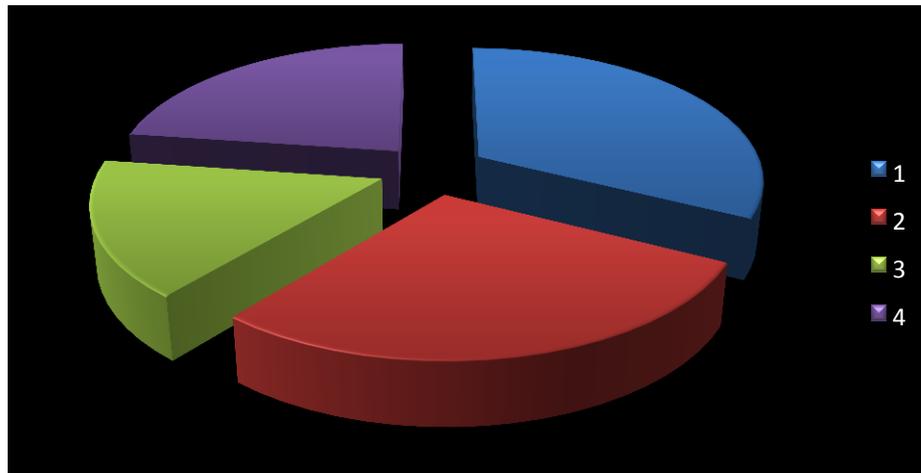


Figura 5: CUANDO USTED VIAJE NORMALMENTE CON QUIEN LO HACE

Figura #6

3.- A QUE REGIÓN DEL ECUADOR PREFIERE VIAJAR

COSTA	SIERRA	ORIENTE	GALÁPAGOS
60%	30%	20%	13%

123%



figura 6: QUE PROVINCIA TE GUSTARÍA VISITAR MAS

Figura

#7

4.- CONOCE USTED TABACUNDO

	SI	NO
123%	53%	70%

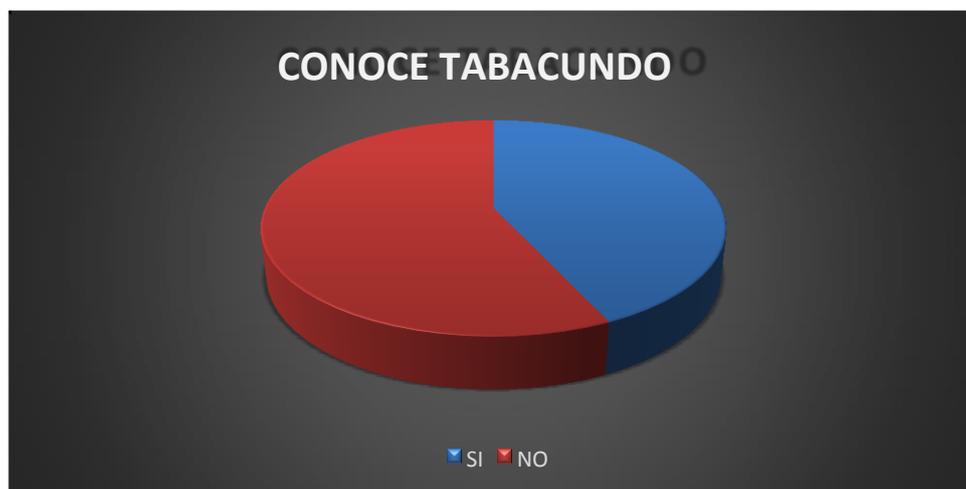


Figura 7: CONOCE TABACUNDO

Figura

5.- DE TABACUNDO QUE LE GUSTARÍA CONOCER

LAGUNAS	COMIDA TIPICA	FIESTAS TRADICIONALES	MUSEOS	OTROS
62%	20%	16%	15%	10%

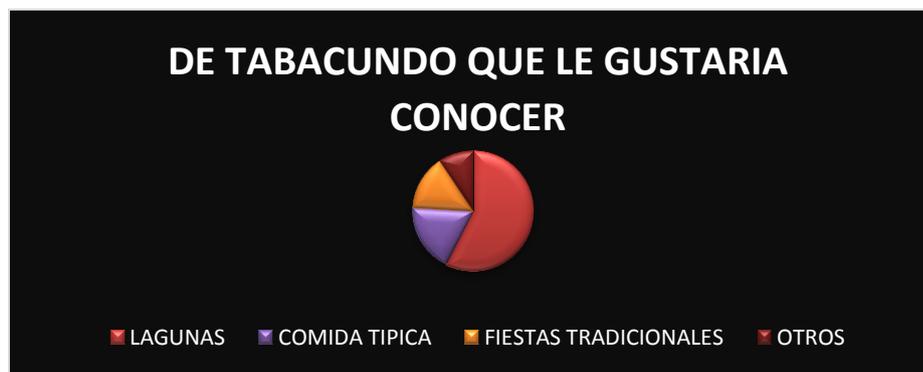


Figura 8: DE TABACUNDO QUE LE GUSTARÍA CONOCER

Figura #9

6.- CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN RECORRIDO POR TABACUNDO

	\$20 Y \$25	\$30 Y \$40	\$50 Y \$70
123%	46%	41%	36%

Figura



Figura 9: CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR

#10

7.- POR QUE MEDIO USTED PREFIERE RECIBIR INFORMACIÓN DE TABACUNDO

	REVISTAS	INTERNET	TRÍPTICOS	VIDEOS
123%	19%	31%	47%	26%

Figura #10



Figura 10: POR QUE MEDIO USTED PREFIERE RECIBIR INFORMACIÓN DE TABACUNDO

8.- considera usted q es importante difundir los atractivos de Tabacundo

Figura 11

Figura

	SI	NO
123%	81%	42%

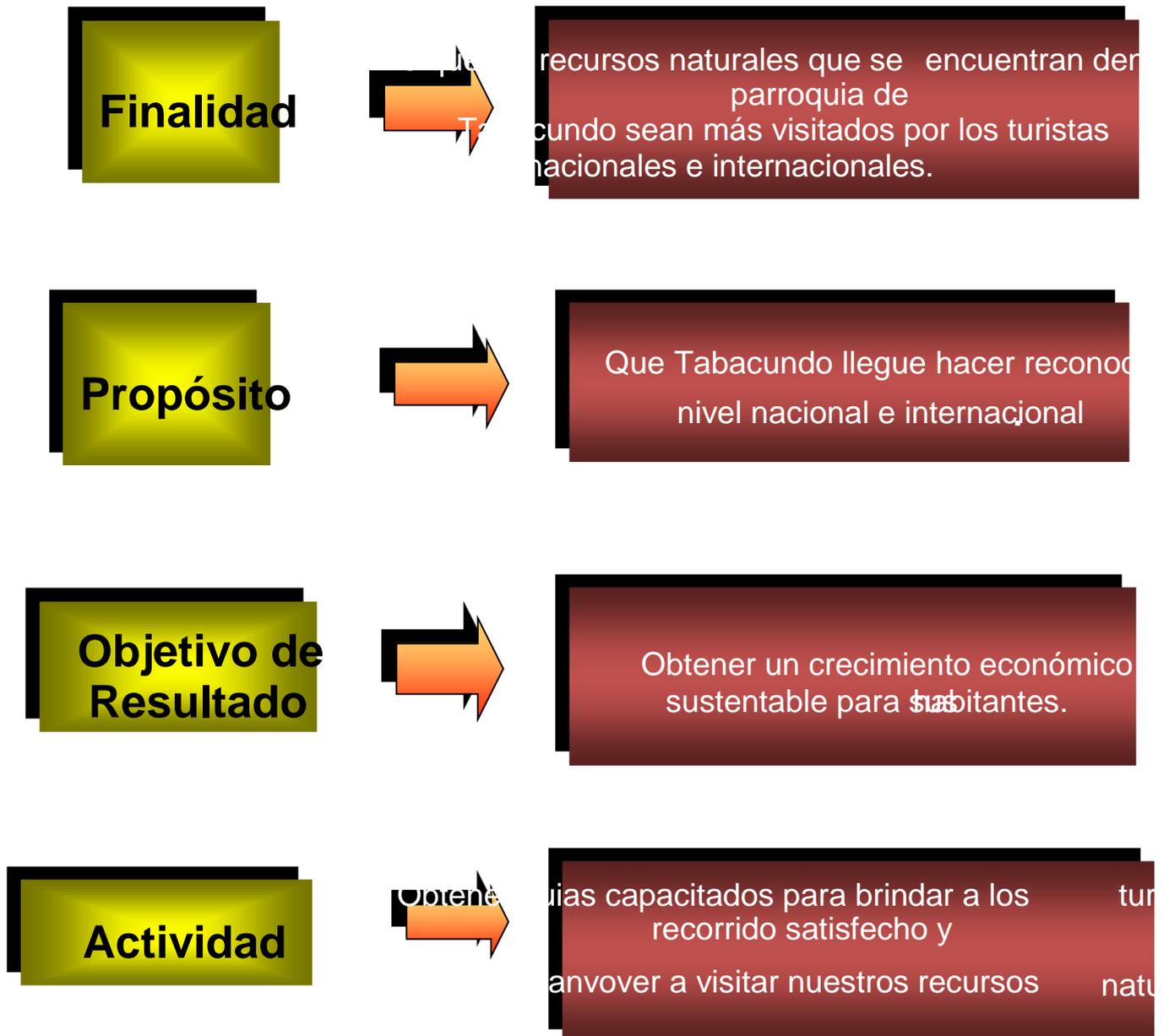


figura 10: IMPORTANCIA DE TABACUNDO

Figura #12

GRÁFICO 11: OFERTA

Oferta.-



Se creará un plan de marketing ya que es un documento previo a una inversión, en la cual crearemos un tríptico y un video para brindar información a los turistas tanto nacionales como extranjeros ya que es el lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio donde, daremos a conocer los atractivos turísticos de la parroquia de Tabacundo, se detalla lo que se espera conseguir con ese proyecto, lo que costará, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, y un análisis detallado de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos. También puede abordar, aparte de los aspectos meramente económicos, los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto.

Desarrollo

Que es un tríptico

En publicidad y [[artes gráficas, un tríptico es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, contiene la información del evento e institución que lo organiza y las fechas, en la cara frontal, en las tres del centro de la hoja vienen los invitados especiales, el contenido de conferencias, horarios, ponentes, recesos, datos de la inauguración y clausura, en la parte posterior se dejan los datos para inscripción e informes. Su nombre deriva, por extensión, de los trípticos artísticos.

Características generales

La disposición de la información suele ser la siguiente:

En la portada se coloca el eslogan o frase de la campaña así como el logotipo identificativo de la empresa

En el interior se despliega el argumentaría de ventas exponiendo ventajas competitivas del producto o servicio, generalmente, apoyadas por fotografías o gráficos. El juego de tres láminas que se van desplegando permite ir exponiendo los argumentos en un orden determinado de modo que vaya creciendo el interés del cliente.

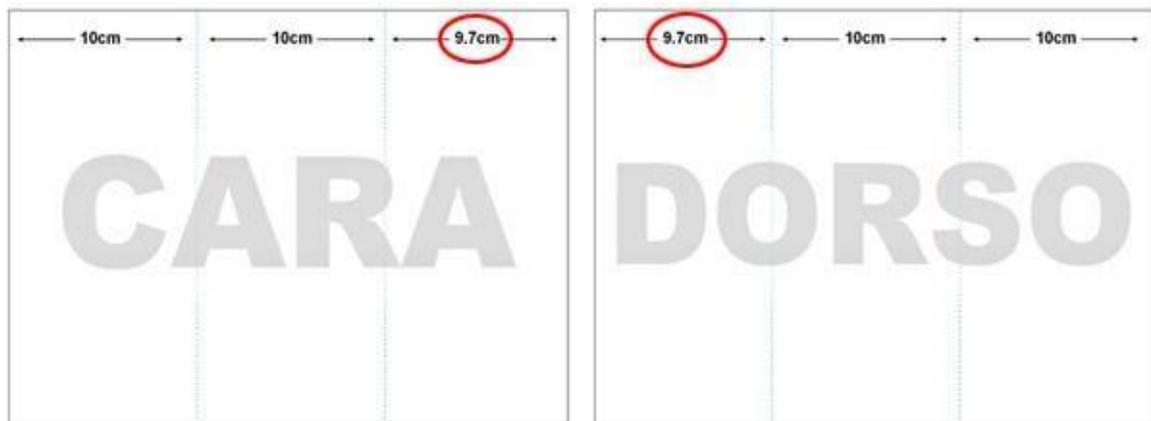
Por último, la contraportada se reserva para colocar el logotipo de la empresa y datos de utilidad como localización, teléfono de contacto, etc.

Como diseñar correctamente un tríptico:

Si tenemos un lienzo de tamaño Din A4 (21cm x 29.7cm) y queremos plegarlo en formato tríptico, tenemos que dividir las páginas así:

Grafico #13

GRÁFICO 12: TRÍPTICO



En el presente tríptico que se realizara constara

El logotipo

Un eslogan

Ubicación geográfica del sitio

Vías de acceso

Para llegar a Tabacundo se toma la vía Quito Guayllabambay se encuentra a una hora de la capital.

Su Geografía

- a. Lagunas de Mojanda

- b. Variedad de rosas
- c. Molinos de San Luis de Ichisi (Molino del cucho)
- d. Fiestas de Tabacundo

El vídeo es la tecnología de la captación, grabación, procesamiento, almacenamiento, transmisión y reconstrucción por medios electrónicos digitales o analógicos de una secuencia representan escenas en movimiento.

Etimológicamente la palabra video proviene del verbo latino video, vides, videre, que se traduce como el verbo 'ver'. Se suele aplicar este término a la señal de vídeo y muchas veces se la denomina «el vídeo» o «la vídeo» a modo de abreviatura del nombre completo de la misma.

Inicialmente la señal de vídeo está formada por un número de líneas agrupadas en varios cuadros y estos a la vez divididos en dos campos portan la información de luz y color de la imagen. El número de líneas, de cuadros y la forma de portar la información del color depende del estándar de televisión concreto. En la actualidad hay multitud de estándares diferentes, especialmente en el ámbito informático.

El presente video constara de 5 minutos detallando todos los atractivos naturales y culturales de la parroquia de Tabacundo en la cual brindaremos información de las lagunas de Mojanda, el molino de san Luis de Ichisi sus fiestas costumbres comida y bebida tradicionales de la zona.

5.3 Formulación del proceso

La aplicación de la propuesta Tiene la ventaja añadida de que la recopilación y elaboración de datos necesarios para realizar este plan permite calcular cuánto se va a tardar en cubrir cada etapa, dando así una idea clara del tiempo que se debe emplear para ello, Los medios en el cual la propuesta fluya y llegue al turista para que de esta manera se puedan dar a conocer es:

Mediante el apoyo económica para realizar el presente proyecto

- Con el apoyo de autoridades
- con el apoyo del ministerio de turismo
- con el apoyo del municipio y personas de la parroquia de Tabacundo

El tríptico será presentado mediante el apoyo de las de las diferentes operadoras turísticas. El presente video será puesto en conocimiento de todos en la página del internet

CAPÍTULO VI

Aspectos administrativos

TABLA #5

6.1 Recursos

TALENTO HUMANO
Investigador
Encuestados
Comunidad
Tutor
Lector

Tabla #6

6.2 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Movilización	Viaje en auto bus	10	10
Alimentación	Restaurantes 3 personas	10	30
Hospedaje	Por 3 días y 2 noches	15	45
Celular	Comunicación	10	10
copias	Información del lugar	15	15
Empastado	proyecto	30	30
fotos	impresión	25	25
tríptico	creación	35	35
video	creación	25	25



TOTAL			225
-------	--	--	------------



Tabla #7

Cronograma de actividades

N°	ACTIVIDADES	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
	SEMANAS																	
	Antecedentes																	
	Análisis de involucrados																	
	Problemas y objetivos																	
	Análisis y alternativas																	
	Propuesta																	
	Aspectos administrativos																	
	Conclusiones y recomendaciones																	

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones:

El presente proyecto de elaboración I más D mas i, tiene como finalidad dar a conocer los lugares turísticos de la parroquia de Tabacundo ubicada en el cantón Pedro Moncayo provincia de pichincha, con finalidad de brindar una buena información a los turistas nacionales y extranjeros

El desarrollo de este proyecto tiene como fundamento principal el estudio y investigación real de los sitios turísticos de Tabacundo, y el análisis del plan de marketing.

En el plan de marketing se ha analizado todos los componentes y parámetros de este proyecto, es decir se realizó el estudio de campo de cada uno de los lugares y atractivos turísticos.

Para finalizar este proyecto de I más D mas i, se debe indicar que consta de varias encuestas realizadas a la población de pichincha que ayudará a determinar estos maravillosos rincones turísticos dentro de esta ciudad.

7.2 Recomendaciones:

Para dar por terminado este proyecto se recomienda a las autoridades brindar todo el apoyo necesario en hospedaje e información a todos los turistas que visiten a esta ciudad cuenta con una belleza natural y cultural única en el mundo.

Ayudará a tener una gran demanda de visitantes y así posibilitar que crezca el turismo y mejore el sustento económico de los pobladores de esta ciudad

Es importante poner en conocimiento del turista que este proyecto es realizado con la mayor información cuenta con todas las normas y reglas relacionadas con el medio ambiente

Se recomienda a los turistas que no conozcan estos lugares solicitar un guía nativo del lugar el cual le brinde mayor información y guía de todos los atractivos turísticos existentes en esta ciudad, para de esta manera preservar al turista y al medio ambiente.

Anexos.-

Figura 13: LAGUNAS DE MOJANDA

LAS LAGUNAS DE MOJANDA



Laguna Caricocha



Laguna Huarmicocha



Laguna Yanacochoa



Fauna

Referente a la fauna, podemos encontrar diferentes especies como: perdiz de páramo, mirlos, quilicos, quinde de cola larga, quinde real, quinde café, torcazas, pava de monte, lobo de páramo, conejo de páramo, chucuri, zorrillo, zacha cuy, puma, entre otras



Figura 14: FAUNA

Flora:

En lo que respecta a la flora podemos observar diversas especies como: romero de monte, chuquiragua, wicundo, achupalla, totera, caucho, chocho de monte, quishuar, zarcillejo, puya fichana, paja, zitzi, arrayán, mora, cerote, yagual (árbol de papel), entre otra



El molino

Figura 15: MOLINO EL CUCHO EN TABACUNDO







ROSAS



Figura 16: ROSAS DE TABACUNDO



Figura 17 CIUDAD DE TABACUNDO

BIBLIOGRAFÍA

*Diseño de un Plan de Marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi

AUTOR: Cristhian Delgado¹, Paola Lorentty², M.Sc Víctor Osorio³ AÑO:

2008.

INSTITUTO: Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

*Plan de marketing turístico para la operadora "veloz expediciones" provincia de Chimborazo.

AUTOR: Fredy Augusto Encalada

AÑO:2010

INSTITUTO:

Escuela superior politécnica de Chimborazo facultad de recursos naturales

*Diseño del plan de marketing turístico para incrementar la afluencia de visitantes en los municipios de Cacaopera, Arambala, Perquín y corinto que conforman la ruta de la paz, ubicados en el departamento de Morazán

AUTOR: *Manuel Bella*

AÑO:2008

INSTITUTO: Departamento de Morazán

*Propuesta de un diseño de plan de desarrollo turístico para incentivar el turismo en la playa el Espino del municipio de Jucuarán departamento de Usulután"

AUTOR: Ana Vilma de Escobar

AÑO: 2008

*El plan de marketing turístico del Ecuador

AÑO: 2008

AUTOR: Josep Chias

INSTITUTO: Ministerio de turismo

*Revista el Quinde, órgano de difusión del gobierno Municipal del Cantón Pedro Moncayo

* Boada Edmundo; la transformación urbana y arquitectónica de Tabacundo en revista nuestra voz

Año 1, Edición 1 Quito 1995.



REFERENCIAS ELECTRONICAS

<http://es.wikipedia.org/wiki/Tabacundo> <http://www.pedromoncayo.gob.ec>

<http://www.tabacundoamachay.webs.tl>

http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_marketing

<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo> Organización Mundial del Turismo

http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Turismo

o http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_rural