



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN
LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE
ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA
AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL
INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

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

Autora:

Evelyn Lizeth Armas Cacuango

Tutor: Ing. Gissella Paredes

Quito, Junio, 2016



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 16 de mayo del 2016

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) ARMAS CACUANDO EVELYN LIZETH, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA PARA LOGRAR MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS.", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


Ing. Gissella Paredes
Tutor del Proyecto


Lcda. Carolina Tapia
Lector del Proyecto


Ing. Frikzia Mendoza
Director de Escuela




Econ. Pablo Montúfar
Coordinador de Proyecto



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.

ARMAS CACUANGO EVELYN LIZETH

C.I:172320979-5

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Armas Cacuango Evelyn Lizeth alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Armas Cacuango Evelyn Lizeth

C.I: 172320979-5

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Evelyn Lizeth Armas Cacuango* por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el “CESIONARIO”, Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.**”, el cual incluye la promoción turística basado en el Flyers, tríptico, video promocional, dos tours y un Proyecto de intercambio estudiantil para mejorar los servicios del área turística, 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 de un **plan de marketing**, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que 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 plan de marketing para el Hospedaje Carmita, 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 plan de marketing por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción a) La reproducción del plan de marketing por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del plan de marketing ;c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del plan de marketing; e) La protección y registro en el IEPI el plan de marketing a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del plan de marketing; 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 plan de marketing que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del plan de marketing a favor del Cesionario.

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

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

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

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 21 días del mes de Abril del dos mil dieciséis.

f) _____

Armas Cacuango Evelyn Lizeth
C.I. No. 172320979-5

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Primero quiero Agradecer a Dios por darme la vida y darme las fuerzas para poder concluir con una etapa más de mi vida y permitirme dar este gran paso, a la Familia Armas Cacuango por apoyarme en cada decisión y proyecto, no ha sido sencillo el camino, pero gracias a toda mi familia por su inmensa bondad y apoyo. Gracias por confiar en mí.

A mis Profesores del Instituto Cordillera de la carrera de Administración Turística y Hotelera quienes desde el inicio nos brindaron su apoyo total y amistad.

DEDICATORIA

Dedico a mi Padre Segundo Armas y mi Madre María Cacuango, quienes me han dado la vida y me han apoyado para poder llegar a estas instancias de mi vida y de mis estudios, ya que ellos no estuvieron a mi lado pero me apoyaron y aceptaron cada decisión tomada sin juzgarme.

A mi Tía Marianita y mi Tío Humberto quienes estuvieron a mi lado cuando mas los necesite brindando el Amor de padres.

A mis primos y primas que han ayudado al progreso de mi vida y nunca me han abandonado, siempre ayudándome moral y psicológicamente y a su vez brindándome su comprensión apoyo y ternura.

A mi novio quien me alentó para continuar cuanto parecía que me iba a rendir y a su Familia quienes me apoyaron y brindaron su cariño.

Gracias.

ÍNDICE GENERAL

Declaratoria.....	i
Contrato de Cesión de Derechos.....	ii
Cesión de Derechos.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	x
Resumen Ejecutivo.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	xiv
Capítulo I.....	1
1.0 Antecedentes.....	1
1.01 Contexto.....	4
1.01.01 Ubicación.....	7
1.01.02 Fundación.....	7
1.01.03 Historia.....	7
1.01.04 Atractivos Turísticos.....	8
1.01.05 Datos Geográficos.....	9
1.01.05.01 Tradiciones.....	9
1.01.05.02 Gastronomía Típica.....	10
1.01.05.03 Flora y Fauna.....	12
1.01.05.04 Eventos Importante.....	12
1.01.05.05 Leyendas.....	14

1.02 Justificación.....	15
1.03 Definición del Problema Central.....	16
Capítulo II.....	20
2.00 Mapeo de Involucrados.....	20
2.02 Análisis de Involucrados.....	22
2.03 Matriz de Análisis.....	24
Capítulo III.....	28
3.00 Problemas y Objetivos.....	28
3.01 Árbol de Problema.....	28
3.02 Árbol de Objetivos.....	30
Capítulo IV.....	32
4.0 Análisis de Alternativas.....	32
4.01 Matriz de Análisis de Alternativas.....	32
4.02 Matriz de Análisis de Objetivos.....	35
4.03 Diagrama de Estrategias.....	37
4.04 Matriz de Marco Lógico.....	39
Capítulo V.....	41
5.00 Propuesta.....	41
5.01 Antecedentes.....	41
5.01.00 Terminología.....	41
5.01.01 Plan.....	41
5.01.02 Marketing.....	41
5.01.03 Turismo.....	42

5.01.03.01 Turismo de Aventura.....	42
5.01.03.02 Turismo de Cultura.....	43
5.01.03.03 Turismo Científico.....	43
5.01.03.04 Turismo de Diversión.....	43
5.01.04 Marketing Turístico.....	44
5.01.05 Marketing Mix.....	45
5.01.05.01 Las 7P de la Mercadotecnia.....	45
5.02 Análisis de FODA.....	48
5.02.01 Investigación de Mercado.....	48
5.02.02 Instrumento de la investigación.....	49
5.02.03 Población y Muestra.....	49
5.02.04 Análisis de la Información.....	55
5.03 Descripción.....	67
5.04 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta.....	67
5.04.01 Información de Atractivo de Turístico.....	68
5.04.02 Elaboración de Tablas de levantamiento de Atractivos.....	71
5.04.03 Inventario de Atractivo Turístico.....	82
Capítulo VI.....	96
6.00 Aspecto Administrativo.....	96
6.01 Recursos.....	96
6.02 Presupuesto.....	97
6.03 Cronograma.....	99
Capítulo VII.....	100

7.0 Conclusiones y Recomendaciones.....	100
7.01 Conclusiones.....	100
7.02 Recomendaciones.....	101
Bibliografía.....	102
Anexos.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Escala.....	16
Tabla 2. Matriz T.....	17
Tabla 3. Matriz de Involucrados.....	22
Tabla 4. Matriz de Análisis.....	24
Tabla 5. Escala de Categoría.....	32
Tabla 6. Matriz de Análisis de Alternativas.....	33
Tabla 7. Análisis de Impacto de Objetivo.....	35
Tabla 8. Matriz de Marco Lógico.....	39
Tabla 9. Análisis de FODA.....	48
Tabla 10. Edad.....	53
Tabla 11. Genero.....	54
Tabla 12. Motivación de Viaje.....	55
Tabla 13. Región de preferencia.....	56
Tabla 14. Fluencia de Viaje.....	57
Tabla 15. Realiza sus viajes.....	58
Tabla 16. Reportajes de Zuleta.....	59
Tabla 17. Conoce la comunidad de Zuleta.....	60
Tabla 18. Conoce el Hospedaje Carmita.....	61
Tabla 19. Le gustaría conocer Zuleta.....	62
Tabla 20. Actividades a realizar.....	63
Tabla 21. Recibir información.....	64
Tabla 22. Jerarquización.....	69

Tabla 23. Iglesia de Zuleta.....	70
Tabla 24. Hacienda Zuleta.....	71
Tabla 25. Ruinas Arqueológicas.....	72
Tabla 26. Paramo de Zuleta.....	73
Tabla 27. Museo de Quesos.....	74
Tabla 28. Reserva el Cóndor.....	75
Tabla 29. Artesanías de Madera.....	76
Tabla 30. Cerro de Cubilche.....	77
Tabla 31. Laguna de Cubilche.....	78
Tabla 32. Bordados de Zuleta.....	79
Tabla 33. Fiesta de San Juan.....	80
Tabla 34. Clasificación de Atractivos.....	81
Tabla 35. Recursos.....	96
Tabla 36. Recursos Tecnológicos.....	97
Tabla 37. Presupuesto de elaboración de Tesis.....	98
Tabla 38. Presupuesto de la Aplicación de la Tesis.....	99
Tabla 39. Cronograma.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapeo de Involucrados.....	20
Figura 2. Árbol del Problema.....	28
Figura 3. Árbol de Objetivo.....	30
Figura 4. Diagrama de Estrategias.....	37
Figura 5. Censo 2010-Canton Ibarra.....	51
Figura 6. Edad.....	53
Figura 7. Genero.....	56
Figura 8. Motivación de Viaje.....	57
Figura 9. Región de Preferencia.....	58
Figura 10. Fluencia de Viaje.....	59
Figura 11. Realiza el viaje.....	60
Figura 12. Reportaje de Zuleta.....	61
Figura 13. Conoce la comunidad de Zuleta.....	62
Figura 14. Conoce el Hospedaje Carmita.....	63
Figura 15. Le gustaría Conocer Zuleta.....	64
Figura 16. Actividad que realiza.....	65
Figura 17. Recibir Información.....	66
Figura 18. La P de Marketing.....	83
Figura 19. Ruta Quito-Zuleta.....	84
Figura 20. Paquete turístico ida y regreso.....	88
Figura 21. Hospedaje.....	107
Figura 22. Gastronomía Típica.....	107

Figura 23. Comedor.....	108
Figura 24. Comedor al aire libre.....	108
Figura 25. Hospedaje Carmita.....	109
Figura 26. Dormitorio.....	106

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto tiene como finalidad implementar el Marketing Turístico en el Hospedaje Carmita fomentando varias técnicas de promoción, que con el ingreso de turistas existirá mayores ingresos económicos y por ende los turistas también se lleven conocimientos ancestrales, conozcan acerca de nuestro atractivos turísticos, observen el cóndor, ave emblemática del Ecuador, observen la elaboración de uno de los mejores quesos del país, conozcan y observen la elaboración de los bordados tradicionales de Zuleta, todo en un mismo lugar.

El Proyecto se estableció observando la escases de turistas que existe en el Hospedaje Carmita, en donde se realizó la investigación adecuada con fuentes bibliografías, conversaciones con los propietarios y conversaciones con la comunidad.

El Proyecto de Plan de Marketing Turístico en el Hospedaje Carmita en la Provincia de Imbabura en la parroquia de Angochagua de la comunidad de Zuleta, se observó cómo problema principal el escaso Marketing Turístico que por ende nos dio la conclusión de que se lo debe promocionar y se lo realizo con los medios de publicidad como página web, trípticos, Flyers, redes sociales, logotipo, slogan.

ABSTRAC

This project aims to implement the Tourism Marketing in Lodging Carmita promoting various promotional techniques, with tourist arrivals there will be higher income and therefore tourists ancestral knowledge is also lead, know about our attractions, observe the condor, emblematic bird of Ecuador, observe the development of one of the best cheeses in the country, know and observe the development of traditional embroidery Zuleta, all in one place.

The project was established by observing the scarcity of tourists that exists in the Carmita Accommodation, where appropriate research bibliographies, conversations with owners and community conversations held with fountains.

The Draft Plan of Tourism Marketing in Lodging Carmita in the Province of Imbabura in the parish of Angochagua community of Zuleta, was seen as the main problem the lack Tourism Marketing which thus gave us the conclusion that it should promote and I performed it with advertising media such as website, brochures, flyers, social networking, logo and slogan.

INTRODUCCIÓN

Nuestro país por hoy en día posee maravillosos paisajes, actividades e infraestructuras, hoy en día el Ecuador es un gran potencial ya que posee rutas adecuadas, hoteles e infraestructuras cómodas para realizar viajes.

Los ecuatorianos deberíamos de implementar primero lo nuestro, nuestro turismo, ya que poseemos una exuberante diversidad y una infinita belleza de paisajes, ya que cuando se viaja por algún rincón del Ecuador estamos ayudando a que ese pueblito o comunidad pueda implementar y crezca su economía mediante sus pequeños negocios, permitiendo que creen ingresos económicos muy necesarios para su desarrollo.

El presente proyecto está enfocado en promover el turismo de la comunidad de Zuleta, que contiene información idónea para desarrollar un estudio sobre los atractivos que ofrece dicha comunidad y difundir en la sociedad.

El desarrollo de la investigación permitió realizar el proyecto denominado: Plan de Marketing Turístico en el Hospedaje Carmita en la comunidad de Zuleta, enfocado en sus servicios y atractivos turísticos que mantiene en la comunidad.

La información que se mantiene servirá como sustento para las personas del hospedaje Carmita y estudiantes de la carrera de turismo.

CAPÍTULO I

1.0. Antecedentes

TEMA: Plan de Marketing Turístico en el Hospedaje Carmita en la Provincia de Imbabura en la parroquia de Angochagua de la comunidad de Zuleta; para que con la afluencia de turistas a sus instalaciones exista el incremento de sus ingresos.

Título: Ecuador ¡ Viva la Fiesta!

Autor: Pablo Cuvi

Año de Edición: Agosto 2002

Institución: Imprenta Mariscal -Dinediciones

Conclusión: Con la ayuda de la Universidad San Francisco encontré una página en Internet que me ayudo ya que ellos hicieron un el Plan de Negocios Comunitarios e investigaron varias cosas acerca de la comunidad.

Título: Comunidad Zuleta

Autor: Internet

Año de Edición: 2015

Institución: Turismo Comunitario de Zuleta

Conclusión: Con la consulta realizada podemos concluir que la comunidad no es muy reconocida turísticamente ya que no existe gran variedad de folletos o información en el internet.

Título: Historia e Información acerca de la Comunidad

Autor: Oswaldo Yáñez

Año de Edición: 2015

Institución: Presidente Comunidad cercana

Conclusión: la Presidenta ayudo con información acerca de la Historia y sus primeros asentamientos en la comunidad

Título: Gastronomía más tradicional de la comunidad

Autor: Danilo Yáñez

Año de Edición: 2015

Institución: Morador de la Comunidad de Uksha

Conclusión: Con la entrevista realizada pude conocer un poco más de la gastronomía que se ha perdido al igual que algunos platos típicos tienen diferentes nombres ya que ellos los conocen en Kichua, y cuáles son sus productos nativos de la comunidad.

Título: Imbakucha

Autor: Profesor Honorio Inuca

Año de Edición: 2002

Institución: INSTRUCT (Red Interamericana de Estudios y Capacitación para el Manejo de Recursos Naturales y la Transformación Comunitaria)

Conclusión: la Información obtenida ayudo a conocer más acerca de las leyendas que se contaba a los niños de los tiempos antiguos.

1.01 Contexto

El Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR) nombró al 2015 como el año de la calidad turística y ejecuta un plan que contempla tres estrategias: calidad a nivel de personas, capacitándolas para ejercer el turismo; calidad a empresas, para que tengan un sistema de gestión de procesos para entregar un mejor servicio y la calidad a nivel de destino. Para cumplir con esta tarea el MINTUR certificará a 8.000 profesionales del turismo a través de cursos de capacitación en el que se medirán sus capacidades. En cuanto a las empresas, este año se entregará el sello de calidad turística Q a 750 empresas que cumplan con un servicio óptimo. Además el Ministerio espera certificar, durante este año, a cinco playas con el sello de calidad INEN y lograr la certificación de la Organización Mundial de Turismo para dos destinos turísticos del país que sean sostenibles. Estas estrategias se complementarán con las campañas Baños limpios y Playas limpias para que más turistas visiten el país. (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica , 2015, pág. 1)

Hoteleros, empresarios, autoridades municipales y visitantes consideran que Imbabura debería ser la capital turística del Ecuador por las bondades que ofrece. Mientras se tome una decisión las autoridades y empresa privada de los cantones Otavalo, Ibarra y Cotacachi, buscan nuevas estrategias y productos para potencializar la experiencia turística en la

Provincia. Ricardo Andrade, director de Turismo de Otavalo, señaló que para el cantón, lo más importante en este año es mejorar los índices de pernoctación de los visitantes, “la provincia recibe a 500 mil turistas al año, de ese número, la gran parte llega a

Otavaló. El gran problema que tenemos es que los visitantes no se quedan más de dos días, además buscamos que visiten toda la provincia”. Reconoció que entre los nuevos productos (lugares) que el cabildo impulsa en la promoción turística destaca “La Ruta de la Libertad”, Parque Cóndor, 4 rutas ciclísticas, Parque Acuático y San Juan de Ilumán; en este último sector, los visitantes pueden realizar actividades místicas, por medio de limpiezas y curaciones. Las autoridades intentan redistribuir la afluencia turística en la misma proporción para todos los cantones de la provincia, con ello mejorarían los ingresos económicos de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavaló, Pimampiro y San Miguel de Urcuquí. Actualmente, la nueva ruta del Tren y la Universidad de Yachay, mejoran aún más la experiencia de los turistas en la provincia norteña. En cambio, Ivina Gómez, del Municipio de Ibarra, indica que en “La ciudad Blanca” la oferta turística se basa principalmente en la línea del tren; Angochagua, donde prima lo comunitario; Lita, que es para los aventureros y ambientalistas; La Esperanza, con un turismo vivencial y por supuesto todo lo que existe en la ciudad y sus alrededores más cercanos. En Cotacachi, la propuesta es potencializar los diferentes destinos desde lo comunitario, “nuestros compañeros indígenas están en la capacidad para ser guías y mostrar lo mejor de nuestro cantón, para ello recibirán constantemente capacitaciones en el manejo de grupos”, puntualizó Guido Perugachi, representante de Turismo del sector. (Imbabura trabaja para ser la Capital Turística del Ecuador, 2015, pág. 2)

La investigación refleja que la comunidad de Zuleta no cuenta con una propuesta desarrollada de turismo de este tipo, pero si incursionan en esta actividad como una

nueva alternativa, con apoyo de la administración central del Cabildo, será más fácil viabilizar coherentemente la propuesta. La pequeña población de Zuleta, situada en una parte de lo que fue la hacienda del ex-presidente de la república del Ecuador Galo Plaza Lasso, presenta las características adecuadas para estimular su potencial turístico por la variedad de lugares naturales, y culturales que se lo puede aprovechar en beneficio de la comunidad, es entonces oportuno atender a este lugar de la patria, con la intención de promover un turismo comunitario de forma organizada y reglamentada enfatizando ciertas rutas turísticas y promocionando sus servicios, así como las novedosas artesanías que está en capacidad de ofrecer a todo tipo de público en general. (Proyecto de una Ruta Turística en la comunidad de Zuleta en la Provincia de Imbabura, 2013, pág. 12)

1.01.01. Ubicación

La Comuna de Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la Provincia de Imbabura, Administrativamente forma parte Del cantón Ibarra, parroquia de Angochagua. Posee una extensión de 1.800 hectáreas en las que se encuentran áreas de cultivos, pastizales para ganadería, bosques cultivados y bosques naturales. (Erazo, 2014, págs. 1-18)

1.01.02. Fundación

La Comuna Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943, se cree que posiblemente los primeros pobladores que se asentaron en este territorio fueron los Caranquis.

1.01.03. Historia

Los primeros pobladores de este territorio fueron los Caranquis, quienes poblaron la zona desde los años 800 hasta aproximadamente el año 1470 D.C., cuando arribaron los

Incas. Tras luchar contra la resistencia Caranqui alrededor de ocho o nueve años, los Incas finalmente se asentaron en estas tierras por un lapso de casi cuarenta años. Después de la conquista española, los terrenos que corresponden a la hacienda y la Comuna de Zuleta fueron entregados a los misioneros jesuitas por la corona. En 1767, el rey Carlos III expulsó a los Jesuitas del país y los terrenos fueron confiscados y posteriormente vendidos al canónigo Gabriel Zuleta.

En 1898 la familia de los ex presidentes ecuatorianos Leónidas Plaza y Galo Plaza Lasso, compró los terrenos, llevando con ellos a sus colaboradores, quienes eran indígenas movilizados de sus comunidades de origen a Zuleta, para trabajar en la hacienda. La primera familia se asienta a orillas del río Tahuano en el año de 1917. Posteriormente hacia el norte se registran los asentamientos mestizos y hacia el sur los asentamientos indígenas.

La Comuna Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura. Administrativamente forma parte del Cantón Ibarra, Parroquia de Angochagua y tiene una superficie de 4770 hectáreas las mismas que en el año de 1995 fueron declaradas como "Bosque y Vegetación Protectora".

Zuleta tiene alrededor de 1037 habitantes distribuidos en 329 familias. La población es en su mayoría indígena que habla kichwa y español. (Comuna Zuleta, 2010, pág. 2)

1.01.04. Atractivos Turísticos

Ruinas Arqueológicas-Zuleta

Paramo de Zuleta

Hacienda Zuleta

Mirador Volcán Cayambe

Casa Comunal

Iglesia de Zuleta

Bordados Tradicionales

Cerro del Cunru

Laguna Cubilche

Cerro de Imbabura

1.01.05. Datos Geográficos

1.01.05.01 Tradiciones:

- ✓ Nabimayllay: lavado de cara, juego de carnaval.
- ✓ El Mediano: constituido por papas gruesas y selectas cocinadas, cuy y gallina asados, complementada por pan, plátanos aguacates, huevos, licor y la infaltable chicha de maíz es el plato ceremonial que compartimos en las Festividades del tumay-pacha / pawkar-raymi, así como también en todas las fiestas de importancia del ciclo agrícola. El mediano es el plato que se comparte solamente con las personas de mayor estima como los compadres y las autoridades, complementando con el mote, el ají (de piedra) y la chicha. Es el reconocimiento de la valía como persona que ha logrado trascender los distintos ciclos de la vida y ha llegado al sitio de un ser humano con experiencias tanto materiales como espirituales de alto grado.

- ✓ El Gasto (pedido de mano a la novia) que principalmente se lleva pan, plátanos, jvas de cerveza, java de colas.
- ✓ Uyanzas: Cuando acaban de cosechar se festejaba en la Hacienda de Zuleta el Patrón Galito (Galo Plaza Lazo) los recibía con un agasajo que era de Mote, carne de borrego, pan, queso de Zuleta, Gallina de Campo y chicha.
- ✓ Fiestas de San Juan: es una fiesta que ha conservado los matices y rasgos tradicionales que se inicial el 24 de Junio; las comunidades forman grupos de amigos, danzantes y disfrazados con caretas, pañuelos, máscaras de diabluma, sombreros grandes y zamarros. El que dirige la fiesta, va vestido de hayajuma (diabluma). Cada grupo tiene su acompañamiento musical, salen bailando desde sus comunidades y se dirigen a diferentes lugares de concentración.
- ✓ Rama de Gallos: con la fiesta de San Juan se complementa con la rama de gallos; el prioste de la fiesta se encarga de la preparación de pan y la chicha, contrata una banda de músicos y busca a los danzantes. Un mes antes de la fiesta la comunidad hace una minga de leña, toda la gente sube al cerro para traerlas a la casa del prioste para que su familia puedan cocinar para la fiesta.

La rama de gallos se hace entre varias familias, los encargados de recibir la rama de gallos organizan comida y la chicha para brindar a toda la comunidad. Los priostes entregan 12 gallos por cada uno que recibieron el año pasado.

Los danzantes usan campanillas, guitarras, flautas, rondines que acompañan al prioste con hermosas melodías y coplas con mensajes jocosos y en contra de los hombres o de las mujeres, a veces con matiz político contra los gobiernos. (Inuca, 2002, pág. 4)

1.01.05.02 Gastronomía Típica:

- Cuy Asado con papas cocinadas y salsa de pepa de zambo molido
- Habas con choclo
- Ocas
- Gallina de Campo
- Borrego
- Chuchuca (maíz a punto de madurar cocinado luego secado y molido)
- Arroz de cebada
- Chochos con tostado
- Cuchicara (Quinoa con cuero del chanco)
- Papas tostadas con Maíz
- Mashuas (Parecida a las ocas)
- Habas Calpo (habas tostadas en callana)
- Tortillas de Callana (Paila en la que se tuesta)
- Chicha
- Champús (bebida de Maíz fermentada)
- Pan en horno de Lena
- Yaguarlocro (menudencia de borrego)

- Chifle-mote (frejol y choclo tierno mescla)
- Chugllutandas (Humitas de sal y dulce)
- Cabeza de borrego con trigopela (trigo pelado remojado). Yánez. D(Comunicación Personal, 2015/05/19)

1.01.05.03 Flora y Fauna: El clima y la vegetación permiten que exista un gran desarrollo de variedad de especies de Flora y Fauna.

FAUNA: en las zonas frías que son paramos se puede observar conejos salvajes, raposas, zorrillos y aves como curianguines, tórtolas, gaviotas, patas, gaviotas, garzas, quindes (picaflor), golondrinas.

FLORA: En la actualidad los recursos naturales se han deteriorado con la explotación de árboles que crece cada vez más, a la actividad de los campesinos para mejorar el pasto para el ganado y a la producción agrícola en pendientes muy pronunciadas. A su vez a pesar del cambio climático podemos divisar árboles valiosos por su madera como cumamaquis caoba, guayacán. Matapalos abrazando otros árboles son fáciles de encontrar así como varias especies de las más espectaculares orquídeas, brómelas, musgos y helechos. La zona alta da paso a las especies vegetales andinas típicas como pumamaqui, quishuar y romerillo.

1.01.05.04. Eventos Importantes: Con la presencia de comunidades de los pueblos Cayambi y Caranqui, pertenecientes a la parroquia San Pablo, del Cantón Otavalo, y Angochagua, cantón Ibarra, se realizó la inauguración de los 14.5 kilómetros de la vía

asfaltada que une a estas dos parroquias, en un evento organizado en el estadio de la comunidad Uksha.

ASISTENTES. Al menos unos 2 mil habitantes de las comunidades Casco Valenzuela, Uksha, Angla, Loma Cunga, Abatag, Cusimpamba, Gualabí, Imbabura, Cochaloma de las parroquias beneficiadas asistieron al evento que se convirtió en una verdadera fiesta para celebrar este acontecimiento que para los habitantes de estas comunidades, es histórico.

EVENTO. El evento dio inicio con una caminata de las autoridades y beneficiarios, desde la comunidad Angla. Al compás de una banda musical y músicos de la zona, recorrieron aproximadamente un kilómetro hasta llegar al estadio de Uksha, lugar en donde se desarrolló un evento cultural, en el que no faltó el ritual de purificación.

HABITANTE. José Yáñez, habitante de la comunidad Cochas, aseguró que la vía asfaltada ayudará a que la comercialización de productos sea más efectiva. ‘La mayoría de estas poblaciones somos agricultores y ganaderos. Con esta vía de primera calidad estamos seguros que podremos llegar rápidamente a los mercados e intercambiar nuestros productos’, dijo el habitante.

INVERSIÓN. En la inauguración, el prefecto Jurado resaltó la importancia de haber impulsado la culminación de este proyecto, al que calificó de gran Trascendencia para el desarrollo de los pobladores rurales que antes ni siquiera podían pensar en que obras como esta se realicen en sus localidades. (Lema, 2015, p. 1)

1.01.05.05. Leyendas:

- La Chificha: Un monstruo mitológico que tenía una boca en la nuca con unos grandes colmillos se dice que por ahí se comía a los niños que se portaban mal en la comunidad.
- Laguna Cubilche: Se dice que la laguna seguía a la gente cuando se le acercaban y los tragaba, que se comía a la gente y a los animales que pasaban por ahí, pero un día las personas de la comunidad cansadas de tantas desapariciones lanzaron un fierro hirviendo y una misa que se dio en la laguna ayudo a que se deje de tragar a la gente.
- Leyenda del chocho amargo: Existían dos esposos los cuales vivían muy tranquilos y cultivando chochos un día el marido cansado de todo y de su mujer le dijo que ya no la quería y que se iba a ir lejos de ella y lo cumplió y se fue; y la mujer se quedó muy triste y sola y de tanta melancolía se puso a llorar cerca del cultivo de los chochos y se dice que por las lágrimas de la mujer los chochos se hicieron agrios.
- Leyenda de las pulgas: La Leyenda dice que una madre manda a su hija con un encargo a botarlo en medio del bosque, su madre le dice claramente que tenga mucho cuidado con el encargo que ella no tenía que abrirlo pero la niña muy curiosa abre el encargo y eran unas pulgas muy grandes y se dice que desde ahí existen las pulgas. (García, 2014, pág. 3)

1.02. Justificación

La comunidad de Zuleta ubicada en la provincia de Imbabura en la parroquia de Angochagua, conjuga expresiones culturales y diversas, rica en cultura, gastronomía, paisajes, donde todavía se conserva sus costumbres y tradiciones. En esta comunidad se encuentra el Hospedaje Carmita, esta se dedica a brindar servicio de hospedaje, enseñanza de platos típicos de la comunidad, caminatas, elaboración de bordados tradicionales y más atractivos turísticos para los turistas que llegan a sus instalaciones.

Debido a que el Hospedaje Carmita mantiene una variedad de atractivos turísticos, la presente investigación tiene la finalidad dar a conocer esto y de esta manera sea reconocida a nivel nacional e internacional.

A pesar que mantiene varios atractivos, no es reconocida en su totalidad debido a la falta de difusión y estrategias publicitarias, por cuanto, el propósito de este proyecto es diseñar un plan de marketing para el Hospedaje Carmita, el cual requiere la aplicación de estrategias que promuevan la afluencia de turistas a sus instalaciones.

Con la implementación del proyecto de marketing turístico, se podrá difundir lo que ofrece el Hospedaje conjuntamente con los atractivos de la comunidad, de esta manera permitirá crear una fuente de ingresos que beneficie al Hospedaje Carmita y a la comunidad en general, por lo tanto con el plan de Marketing se registrara un ingreso mayoritario de Turistas al hospedaje.

1.03. Definición del Problema Central

El análisis del problema es la identificación de la necesidad y oportunidad que existe de proponer una solución por medio de actividades programadas, dadas las restricciones de tiempo, espacio y presupuesto. Para asegurar un buen análisis es necesario conocer el problema. Esto es, identificarlo plenamente para poder proponer alternativas de solución que respondan a ese problema. Realizar la identificación correcta del problema es saber cuál es el aspecto que influye o hace falta de forma concreta y segura. Lo normal es que existan múltiples causas y efectos que se derivan de un problema central. El éxito de la solución está en identificar las alternativas que impacten mejor sobre el problema central. (Que es un Proyecto, 2011)

Tabla N 1
Escalas

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

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Por medio de la tabla podemos encontrar una escala donde el nivel 1 representa un nivel Bajo y 5 representa un nivel alto estos valores se utilizara en el cuadro de la Matriz T.

Tabla N 2
Matriz T

1. ANÁLISIS DE FUERZA T					
SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
Escasa la Información sobre el acceso a la comunidad.	Escaso Marketing Turístico en el hospedaje Carmita.				La aplicación de técnicas Tecnológicas para promocionar el hospedaje Carmita.
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Promocionar el hospedaje.	4	5	2	3	Desconocimiento del Hospedaje Carmita en Zuleta.
Creación de una página Web con información más detallada acerca del Hospedaje.	3	4	2	3	Desinformación acerca de la oferta que tiene Hospedaje Carmita.
Elaboración de un tríptico acerca de las actividades que ofrece el Hospedaje.	4	4	3	4	Insuficiente difusión de trípticos en cuanto a la entrega.
Información acerca de la comunidad y del hospedaje	4	4	3	4	Desinformación de las vías de acceso
Conocer los atractivos Turísticos que posee la comunidad	3	4	3	4	Escases de personas capacitadas para que brinden información acerca de los lugares Turísticos que ofrece la comunidad

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: De acuerdo al nivel de intensidad y potencial de cambio el resultado es el siguiente:

La situación Actual que posee el Hospedaje es el escaso Marketing Turísticos, como situación empeorada se encuentra que es escasa la información sobre el acceso a la comunidad, la Situación mejorada será La aplicación de Técnicas Tecnológicas para promocionar el Hospedaje.

La Promoción del Hospedaje Carmita de las fuerzas Impulsadoras tiene un nivel de Intensidad 4, con un nivel de Potencial Cambio de 5.

El Desconocimiento del Hospedaje Carmita de las Fuerzas Bloqueadoras tiene un nivel de Intensidad de 2, con un nivel de Potencial de Cambio de 3.

La Creación de una página Web con información más detallada acerca del Hospedaje de las fuerzas impulsadoras tiene un nivel de intensidad 3, con un nivel de Potencial de Cambio de 4.

La Desinformación acerca de lo que ofrece el Hospedaje de las Fuerzas Bloqueadoras tiene un nivel de intensidad de 2, con un nivel de Potencial de Cambio de 3.

La Elaboración de un tríptico acerca de las actividades que ofrece el Hospedaje de las Fuerzas Impulsadoras tiene un nivel de intensidad de 4, con un nivel de Potencial de Cambio de 4.

La insuficiente difusión de trípticos en cuanto a la entrega de las Fuerzas Bloqueadoras tiene un nivel de intensidad de 3, con un nivel de Potencial de Cambio de 4.

La Información acerca de la comunidad y del hospedaje de las Fuerzas Impulsadoras tiene un nivel de intensidad de 4, con un nivel de Potencial de Cambio de 4.

La desinformación de las vías de acceso de las Fuerzas Bloqueadoras tiene un nivel de intensidad de 3, con un nivel de Potencial de Cambio de 4.

Conocer los atractivos turísticos que posee la comunidad de las Fuerzas Impulsadoras tiene un nivel de intensidad de 3, con un nivel de Potencial de Cambio de 4.

La escases de personas capacitadas para que brinden información acerca de los lugares Turísticos que ofrece la comunidad de las Fuerzas Bloqueadoras tiene un nivel de intensidad de 3, con un Potencial de Cambio de 4.

CAPÍTULO II

2.00. Mapeo de involucrado

Directos

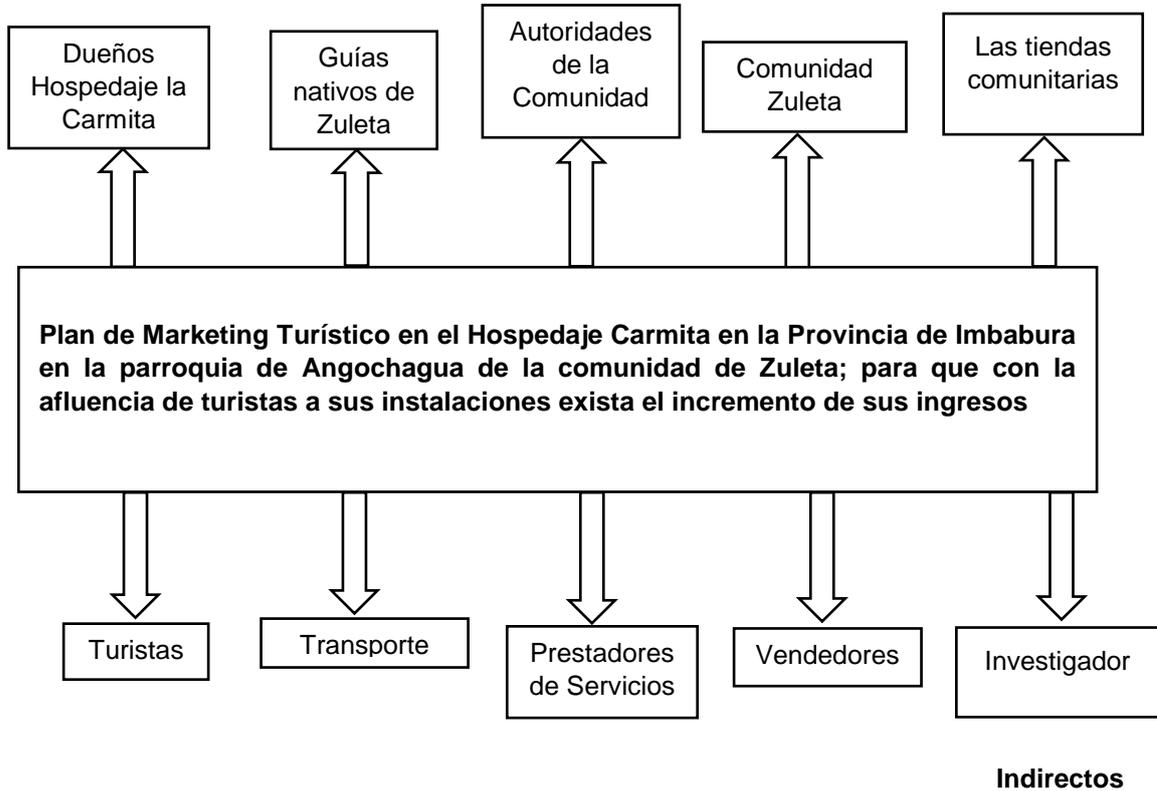


Figura N° 1

Mapeo de Involucrados

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: El Mapeo de Involucrados es el proceso que permite identificar los actores más importantes de la sociedad o sector privado que forman parte o están involucrados en nuestro proyecto, el mapeo de involucrados nos ayuda a definir quienes aportaran a la solución del problema.

De acuerdo al Mapeo de Involucrados, el problema central que presenta es el escaso Marketing Turístico en el Hospedaje Carmita, los implicados directos que serán los más beneficiados porque están dentro de la comunidad encontramos los siguientes: los Dueños del Hospedaje Carmita, porque ellos son los que están a cargo y a ellos se los ayudara a promocionar el Hospedaje y serán beneficiarios directos; los Guías Nativos de Zuleta; las Autoridades de la Comunidad; la Comunidad de Zuleta por el ingreso de Turistas, y las tiendas comunitarias, ya que ellos participaran directamente en la solución del problema y son involucrados directos.

Los Involucrados Indirectos son los ayudaran a difundir, comunicar lo que ofrece el Hospedaje Carmita, Por lo tanto dentro de los involucrados indirectos se encuentran los Turistas, el Transporte, los prestadores de servicios, los vendedores y el investigador ya que se aportara mediante la Investigación para que el conocimiento sea captado por turistas para que así exista un crecimiento de ingresos al Hospedaje y a la Comunidad.

2.02 Análisis de Involucrados

Tabla N 3

Mapeo de Involucrados

BENEFICIARIO	DIRECTO	INDIRECTO	%
Dueños del Hospedaje Carmita	/		45%
Guías Nativos de Zuleta	/		4%
Autoridades de la Comunidad	/		3%
Comunidad de Zuleta	/		15%
Tiendas comunitarias	/		10%
Turistas		/	8%
Transporte		/	2%
Prestadores de Servicios		/	5%
Vendedores		/	5%
Investigador		/	3%
TOTAL			100%

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Con el mapeo de involucrados, los dueños del Hospedaje Carmita tienen un porcentaje de 45, porque son beneficiarios directo a la solución del problema; los guías nativos de Zuleta, tienen un porcentaje de 4, porque son beneficiarios directos a la solución del problema; las Autoridades de la Comunidad tienen un porcentaje de 3 ya que son beneficiarios directos; la Comunidad de Zuleta tiene un porcentaje de 15 ya que ellos estarán beneficiados por el ingreso de turistas; las tiendas comunitarias forman parte de los beneficiarios directos con un porcentaje de 10 porque ellos se encuentran dentro de la comunidad y con el ingreso de turistas ellos podrán ofrecer sus artesanías y así mejorar su ingreso económico; los Turistas tienen un porcentaje de 8 porque son beneficiarios indirectos ya ellos se llevarán los conocimientos ofrecidos en el hospedaje y en la comunidad; el Transporte tiene un porcentaje de 2 porque es un beneficiario Indirecto; los Prestadores de Servicios tienen un porcentaje de 5 porque son beneficiarios Indirectos; Los Vendedores tienen un 5% porque son beneficiarios Indirectos ya que con el ingreso de turistas ellos podrán promocionar sus manualidad, bordados y gastronomía típica de la comunidad; el Investigador tiene un porcentaje de 3 ya que es un beneficiario indirecto.

2.03 Matriz de Análisis

Tabla N°4

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS, MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERESES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
Dueños del Hospedaje Carmita	Incrementar el ingreso de turistas a al Hospedaje	Falta de Promoción Turística acerca de lo que ofrece el Hospedaje	Recursos Humanos materiales y financieros.	La Obtención de información a los turistas nacionales y extranjeros	Desorganización por parte de los Dueños en fomentar su Hospedaje
Autoridades de la Comunidad	Impulsar el desarrollo turístico en la comunidad	Insuficiente Promoción Turística de la Comunidad	Recursos Humanos	Beneficio de ingreso de turistas a la comunidad	Desorganización por parte de la Junta en Promocionarse
Guías Nativos	Promover el turismo interno	Los Atractivos que posee la comunidad no son de mayor interés Turístico	Recursos Humanos materiales financieros	Difundir las tradiciones y conocimientos de su comunidad	Mayor capacitación para poder ofrecer un servicio de calidad.
Comunidad de Zuleta	Fomentar el Turismo Comunitario en la comunidad de Zuleta	Limitada Promoción del Hospedaje Carmita	Recursos Humanos	Aplicación proyectos publicitarios para incremento de turistas a la comunidad	Limitada cooperación con planes de Marketing para la comunidad
Investigador	Conocer más acerca del turismo implementado	Limitada Información acerca de la Comunidad de Zuleta	Recursos materiales, humanos y financieros	Desarrollar el proyecto de Marketing Turístico para la obtención del título de tecnólogo	No poder acceder al Título de Tecnólogo
Turistas	Los Turistas adquieran conocimientos sobre la comunidad.	Insatisfacción de los servicios ofrecidos	Recursos financieros, dinero para poder pagar por los servicios ofrecidos.	Conocer los atractivos que posee la comunidad y el Hospedaje	Preferencia de Turistas a diferentes partes del Ecuador
Transporte	Aportar al	Insatisfacción	Recursos	Colaboración	Brindar un

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

	desarrollo turístico en la comunidad	n por parte de los turistas sobre los medios de transporte.	Humanos, capacidades	con los turistas	servicio de mala calidad
Prestadores de Servicios	Aportar al desarrollo e ingreso de Turistas al Hospedaje y por lo tanto a la Comunidad	Desinterés en participar en el desarrollo de la comunidad	Recursos materiales, financieros y humanos	Colaboración con el desarrollo del proyecto de Marketing Turístico	Desorganización por parte de los empresarios turísticos

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Como Actor Involucrado se observar que principalmente son los dueños el Hospedaje Carmita el interés sobre el problema central es Incrementar el ingreso de turistas la hospedaje, el problema percibido que se encontró es la carencia de promoción turística hacer de los que se ofrece dentro del hospedaje, los recursos, mandatos y capacidades existirá recursos humanos, materiales, financieros y mandato de la ley de turismo del Art. 4; intereses sobre el proyecto se ve la obtención de información a los turistas nacionales y extranjeros con conflictos potenciales como la desorganización por parte de los dueños en fomentar su hospedaje.

Otro actor involucrado es las Autoridades de la comunidad, el interés sobre el problema central es Impulsar el desarrollo turístico en la comunidad, el problema percibido es insuficiente promoción turística de la comunidad, dentro de los recursos, mandatos y capacidades existen los recursos humanos; el interés sobre el proyecto que será beneficioso que exista el ingreso de turistas a la comunidad con conflictos potenciales como la desorganización por parte de la Junta en promocionarse.

Centro de los actores involucrados entran los Guías Nativos, interés sobre el Problema Central es promover el turismo interno, los problemas percibidos es que lo atractivos turísticos que posee la comunidad no son de mayor interés turístico, recursos, mandatos y leyes que existen son los recursos humanos; el interés sobre el proyecto difundir las tradiciones y conocimientos de la comunidad los conflictos potenciales que se presentar es la falta de capacitación para que se pueda ofrecer un servicio de calidad.

En los actores involucrados está la comunidad de Zuleta, interés sobre el problema es fomentar el turismo Comunitario en la comunidad de Zuleta, problemas percibidos, existe limitada promoción del Hospedaje Carmita, los recursos que presentan serán humanos; interés sobre el problema crear aplicaciones de proyectos publicitarios para el incremento de turistas a la comunidad, conflictos potenciales existe limitada cooperación con planes de Marketing para la comunidad.

En los actores involucrados es el Investigador, interés sobre el problema será conocer más, acerca del turismo implementado, problema percibido existe una limitada información acerca de la Comunidad de Zuleta, los recursos que se presentan son recursos materiales, humanos y financieros; interés sobre el problema es desarrollar un proyecto de Marketing turístico para la obtención del título de tecnólogo, conflictos potencias no accedes al título de Tecnólogo.

Los Actores involucrados son los turistas, interés sobre el problema es los Turistas adquirieran conocimientos sobre las comunidad, problemas percibidos es la insatisfacción de los servicios ofrecidos, recursos como los recursos financieros, dinero para poder pagar por los servicios ofrecidos, interés sobre el problema conocer los

atractivos que posee la comunidad y los servicios que ofrece el Hospedaje Carmita, conflictos potenciales es la preferencia de turistas a diferentes partes del Ecuador.

En los actores involucrados es el transporte público, interés sobre el problema es aportar al desarrollo turístico en la comunidad, problemas percibidos insatisfacción por parte de los turistas sobre los medios de transporte, recursos humanos y capacidades, interés sobre el problema colaboración con los turistas, conflictos potenciales brindar un servicio de mala calidad.

Actores involucrados los prestadores de servicios, interés sobre el problema aportar al desarrollo e ingreso de turistas al Hospedaje y por lo tanto a la Comunidad, problemas percibidos existe un desinterés en participar en el desarrollo de la comunidad, recursos materiales, financieros y humanos, interés sobre el problema colaboración con el desarrollo del Proyecto de Marketing turísticos, conflictos potenciales exista una desorganización por parte de los empresarios turísticos.

CAPÍTULO III

3.00 Problemas y Objetivos

3.01 Árbol del Problema

EFFECTOS

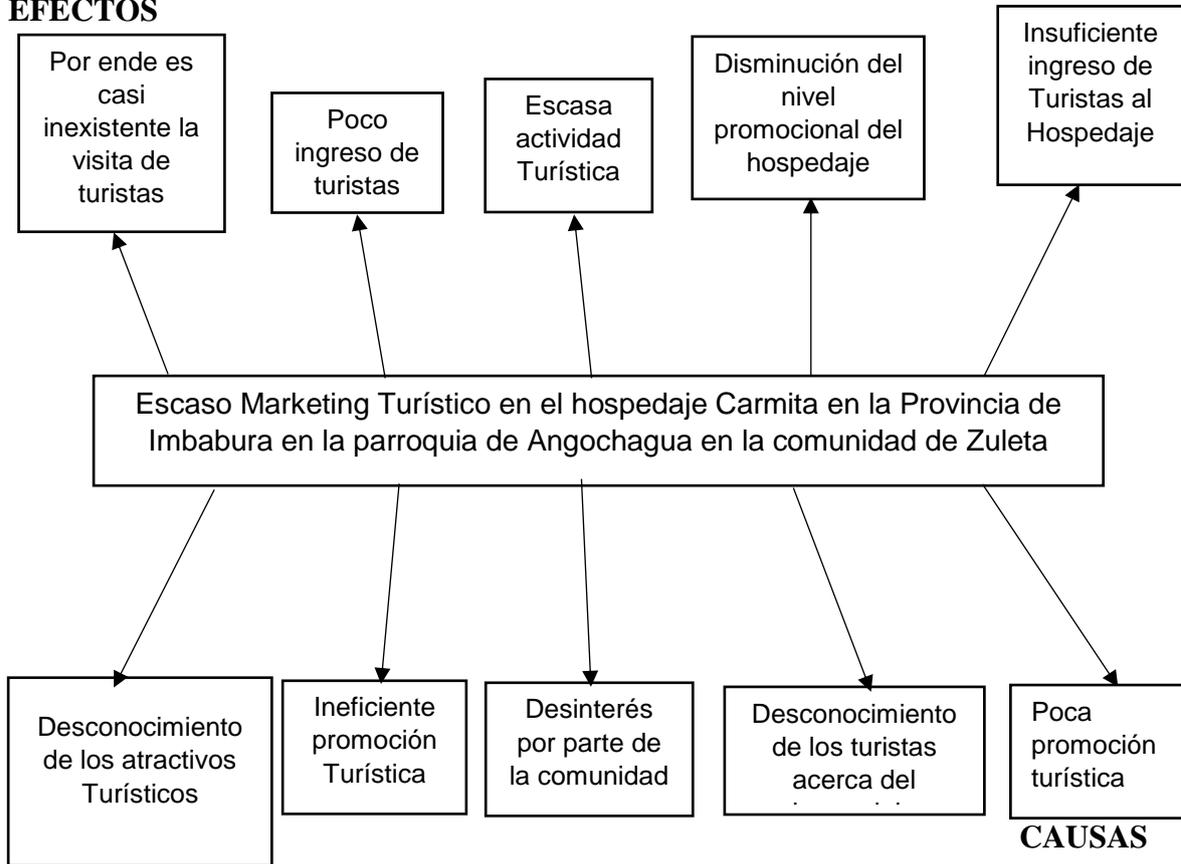


Figura N° 2

Árbol del Problema

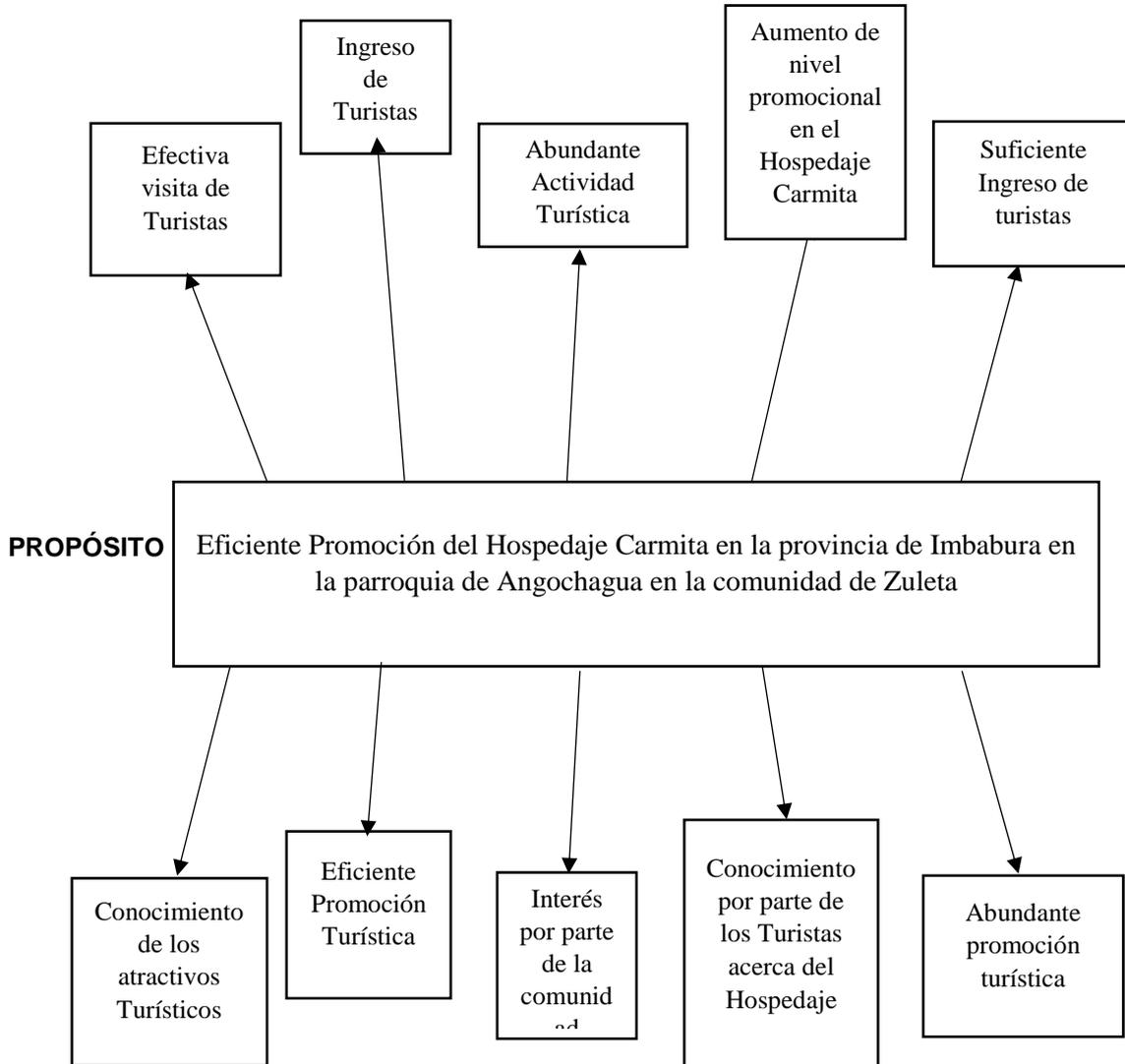
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: El Árbol del problema es la técnica que nos permite identificar cual es el problema que intentamos resolver e investigar a mayor profundidad; esta técnica nos ayuda a identificar cuáles son las Causas y Efectos que se presentara en nuestra problemática.

Analizando la Figura N° 2 del Árbol del Problema podemos observar que el escaso Marketing Turísticos en el hospedaje Carmita ha provocado el desconocimiento de los atractivos turísticos, así que por ende es casi inexistente la visita de turistas; así mismo la Ineficiente promoción Turística se ha visto como efecto el poco ingreso de turísticas; El desinterés por parte de la comunidad ha provocado que exista una escasa actividad turística; El desconocimiento de los turistas acerca del Hospedaje a inducido a la disminución del nivel promocional al Hospedaje Carmita; La poca promoción Turística ha producido el insuficiente Ingreso de Turistas al Hospedaje.

3.02. Árbol de Objetivo

FINES



MEDIOS

Figura N° 3

Árbol de Objetivos

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: El presente Cuadro, afirma que los objetivos propuestos se llegaran a cumplir y ayudaran a lograr un resultado conveniente al hospedaje en apoyo a la solución del problema principal. Esta intervención traerá acciones positivas, no solo al hospedaje sino a la comunidad completa, con beneficios económicos.

El propósito es utilizar el árbol de problemas para identificar las posibles soluciones al problema, las cuales podrían ser expresadas como manifestaciones contrarias, el Árbol de Objetivos nos ayuda a describir la situación futura cuando ya están resueltos los problemas que se nos presentaran, nos ayuda a identificar los objetivos por la importancia que ellos poseen.

El Árbol de Objetivos son las acciones del Árbol de Problema convertidos en objetivos positivos.

CAPÍTULO IV

4.0. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de análisis de alternativas

El análisis de alternativas consiste en determinar estrategias alternativas a partir del árbol de objetivos, me permite visualizar que voy a realizar, si o haré en conjunto o cada objetivo por separado, o si alguno de estos objetivos medios es inviable, podrían promover el cambio de la situación actual a la situación deseada. Durante el análisis de alternativas se requiere determinar las distintas estrategias posibles para alcanzar los objetivos, criterios precisos y la selección de la estrategia aplicable a la investigación. (Caro, 2010, pág. 2)

Tabla N° 5
Escala de categoría

Escala	Categorías
1-5	Baja
6-11	Media Baja
12-17	Media Alta
18-25	Alta

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: En la presente tabla se muestra la escala y la categoría que nos ayudaran a resolver la tabla de Matriz de Análisis de Alternativas

Tabla N° 6

Matriz de Análisis de Alternativas

OBJETIVOS	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Conocimiento de los atractivos Turísticos	4	2	3	3	1	13	Media Alta
Eficiente Promoción Turística	4	2	3	3	1	13	Media Alta
Interés por parte de la comunidad	3	2	2	3	1	11	Media Baja
Conocimiento por parte de los Turistas acerca del Hospedaje	2	3	3	3	1	12	Media Alta
Suficiente Ingreso de turistas	2	3	3	3	1	12	Media Alta
TOTAL	15	12	14	15	5	61	

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Para la presente tabla se toma en cuenta la Tabla N°1 del capítulo I, para la obtención de la categorización. El Conocimiento de los atractivos Turísticos se observa que el Impacto sobre el propósito tiene un valor 4, la factibilidad técnicas un valor de 2, la factibilidad financiera de 3, la factibilidad social de 3 , la factibilidad política de 1 tiene total da un valor de 13 que lo coloca en la categoría de Media Alta; de la misma manera la Eficiente Promoción Turística muestra un impacto sobre el propósito de 4 con una factibilidad técnica de 2, la factibilidad financiera nuestra un valor de 3, la factibilidad social muestra un valor de 3, la factibilidad política tiene un valor de 1 que total da un valor de 13 y por ende es colocada en la categoría de Media Alta, Por lo tanto en Interés por parte de la comunidad posee un impacto sobre el propósito de 3, con una factibilidad técnica de 2, la factibilidad social muestra un valor de 2, la factibilidad social de 3 y la factibilidad política de 1 que da un valor total de 11 que lo categoriza de Media Baja, Siendo así los Conocimientos por parte de los Turistas acerca del Hospedaje muestran un impacto sobre el propósito de 2 con una factibilidad técnica de 3 así mismo la factibilidad financiera muestra un valor de 3, la factibilidad social de un valor de 3 y la factibilidad política de 1 que da un valor total de 12 que lo coloca en una categoría de Media Alta, Finalmente el Suficiente Ingreso de turistas tiene un impacto sobre el propósito de 2 con una factibilidad técnica de 3 llegando a la factibilidad financiera de 3 y por ende ala factibilidad social de 3 por ultimo la factibilidad política de 1 que da un total de 12 con una categoría de Media Alta, en la Matriz de Alternativas.

4.02. Matriz de análisis de los objetivos

Tabla N° 7

Análisis de Impacto de Objetivos

Facilidad a lograrse (Alta-Media-Baja) (4-2-1)	Impacto en Género (Alta-Media-Baja) (4-2-1)	Impacto Ambiental (Alta-Media-Baja) (4-2-1)	Relevancia (Alta-Media-Baja) (4-2-1)	Sostenibilidad (Alta-Media-Baja) (4-2-1)	TOTAL
Es favorable para los dueños del Hospedaje Carmita (4)	Elevar la participación del hombre y la mujer.(4)	Preservar los recursos. (4)	Mantener Intacto los recursos naturales. (4)	Fortalecer la sostenibilidad económica. (4)	22 a 33 Baja
Estar acorde con las necesidades de los turistas (4)	El hombre y la mujer se beneficiaran económicamente (4)	Proteger los recursos naturales. (4)	Proteger y conservar el entorno cultural. (4)	Fortalecerá la participación de los dueños del Hospedaje. (4)	33 a 44 Media Baja
Realización de publicidad para el Hospedaje Carmita (4)	Participación del hombre y la mujer en atender el hospedaje (4)	Colocar basureros reciclables (2)		Promover el turismo natural en la comunidad (2)	45a 66 Media Alta
	Participación de la mujer y el hombre en difundir su gastronomía típica (2)			Llegar a potencializar el Hospedaje Carmita (4)	66 a 80 Alta
12	14	10	8	14	58 Media Alta
O B J E T I V O S					

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: en la Matriz de Análisis de los objetivos se observó que factibilidad a lograrse tiene un valor de 12, Impacto en Género tiene un total de 14, Impacto Ambiental tiene un total de 10 ya que tal vez se observen personas que no acaten las medidas sobre Impacto Ambiental, relevancia tiene un valor 8 y la sostenibilidad tiene 14. Un total de los objetivos expuestos es de 58 que lo categoriza en Media Alta, que demuestra que los objetivos que fueron planteados ayudaran para el desarrollo del presente proyecto.

4.03. Diagrama de Estrategias

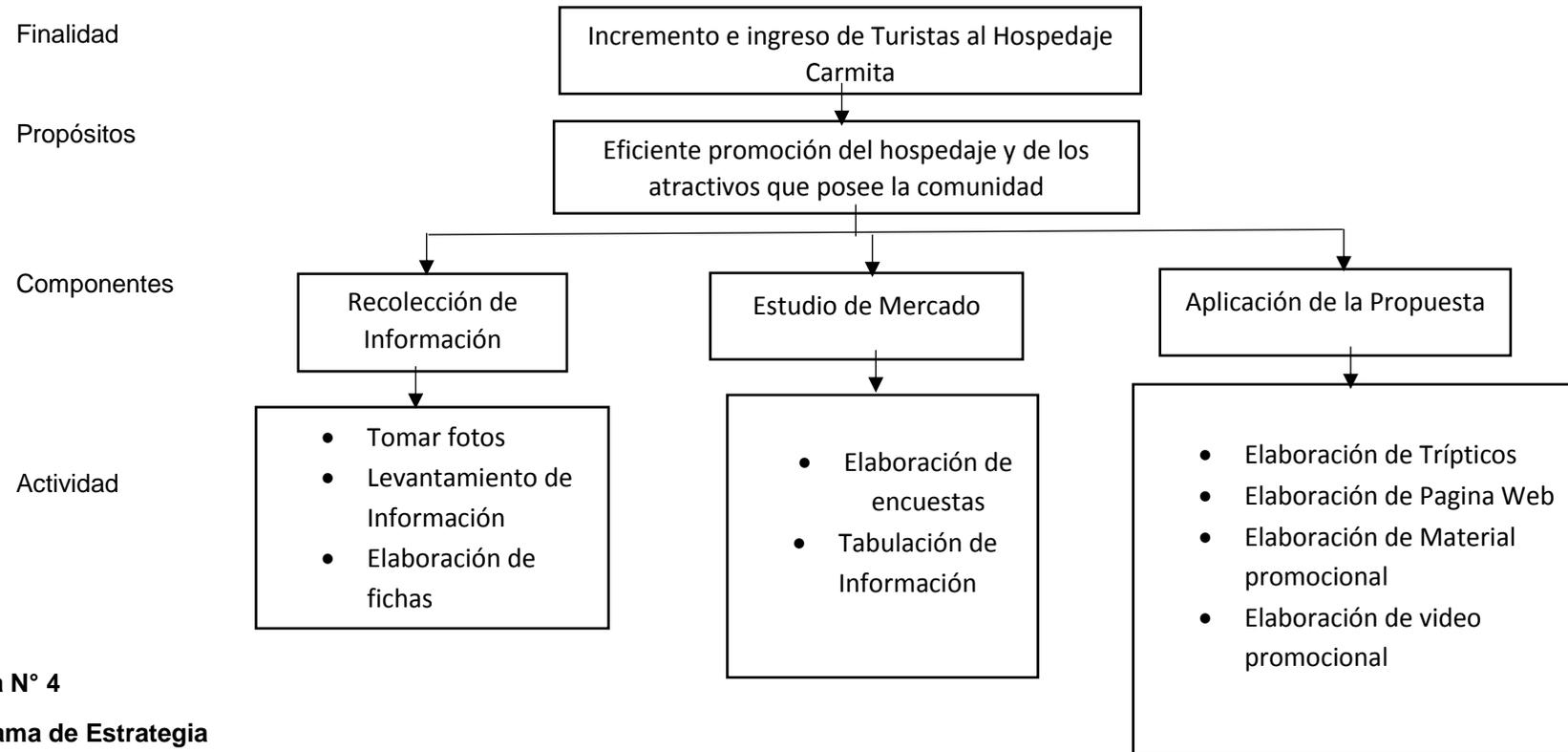


Figura N° 4

Diagrama de Estrategia

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Mediante el presente diagrama de estrategias, se observa que la finalidad que existe con la planificación del Proyecto va a ser el incremento e ingreso de Turistas al Hospedaje Carmita en donde encontramos que propósito fundamental es que exista un Eficiente promoción no solo del Hospedaje sino también de los atractivos que posee la comunidad y así encontramos los componentes principales que son la recolección de Información, del cual se desarrolla las actividades de tomar fotos, levantamiento de información y elaboración de fichas. Otro de los componentes principales es el Estudio del Mercado obteniendo las actividades de Elaboración de Encuestas. El ultimo componente principal es la Aplicación de la Propuesta, logrando las actividades de Elaboración de Trípticos, Elaboración de Pagina Web y tenerla actualizada con las noticias al día de las promociones y la Elaboración de Material promocional.

4.04. Matriz de Marco Lógico

Tabla N°8

Finalidad	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Incremento de Turistas la Hospedaje Carmita	Incremento de Turistas en un 40% para finales del 2016	Datos certeros de la comunidad de Zuleta	Apoyo por parte del Ministerio de Turismo
Propósito			
Eficiente promoción del Hospedaje y de los atractivos que posee la Comunidad	-Material promocional -Página web -Elaboración de trípticos	Incremento de turistas nacionales y extranjeros al Hospedaje Carmita	Apoyo por parte de los Turistas que ingresan.
Componentes			
-Recolección de Información -Estudio de Mercado -Aplicación de la Propuesta	-Encuestas -Fuentes Bibliográficas -Entrevistas	Apoyo de los dueños de Hospedaje Carmita	Apoyo por parte de la Municipalidad de San Miguel de Ibarra
Actividades			
-Tomar fotos -Levantamiento de Información -Elaboración de fichas -Elaboración de encuestas -Tabulación de Información -Elaboración de Trípticos -Elaboración de Pagina Web -Elaboración de Material promocional -Elaboración de video promocional	-Elaboración de fichas de levantamiento de atractivos \$10,00 Encuestas \$12,00 -Página Web \$75,00 - Elaboración de Trípticos \$85,00	Presupuesto	Apoyo por parte del Ministerio de Turismo

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: En la matriz de Marco Lógico se encuentra que la finalidad de incrementar turistas al Hospedaje Carmita tienen como indicador principal el incremento de turistas con un 40% para finales del 2016 con la obtención de medios de verificación con datos certeros de la comunidad de Zuleta y como supuesto apoyo por parte del Ministerio de Turismo. Como propósito se tienen una eficiente promoción del Hospedaje Carmita y de los atractivos que posee la comunidad de Zuleta, diseñar material promocional, la creación de una página Web, que ayudara a incrementar el ingreso de turistas nacionales y extranjeros al Hospedaje Carmita con un supuesto apoyo por parte de los Turistas que ingresan al Hospedaje en promocionarse. Dentro de los componentes encontramos se va a recolectar la información necesaria, existirá un estudio de mercado para mediante hacer la aplicación de la propuesta y como indicadores se presentara las encuestas, fuentes bibliográficas y entrevistas; los medios de verificación son los dueños del Hospedaje, como supuesto se espera el patrocinio por parte de la Municipalidad de San Miguel de Ibarra. En las actividades que se va a realizar son: tomar fotos, levantamiento de información, elaboración de fichas, elaboración de encuestas, tabulación de información, elaboración de trípticos, elaboración de página web, elaboración de material promocional y elaboración de video promocional. Como indicadores se hará la elaboración de fichas de levantamiento de atractivos \$10,00; las encuestas \$12,00, página Web \$75,00, Elaboración de Trípticos \$85,00, con un medio de verificación que el presupuesto y con un supuesto respaldo por el Ministerio de Turismo.

CAPÍTULO V

5.00. Propuesta

5.01. Antecedentes

5.01.00. Terminología

5.01.01. Plan: Es una serie de pasos o procedimientos determinados, que buscan conseguir un objetivo o propósito. Al proceso para diseñar un plan se le conoce como planeación o planificación, y de manera amplia, la planificación consiste en definir claramente los objetivos y las acciones que se deben tomar para llegar a alcanzarlos. Los planes, al requerir la preparación y la delimitación de pasos, constituyen una parte fundamental del comportamiento inteligente. Dicho lo anterior, habría que agregar que la planificación requiere de operaciones mentales complejas como la predicción de escenarios y el cómo reaccionar a ellos. La capacidad de planear es considerada como una de las llamadas funciones ejecutivas del cerebro, e incluso se ha hallado una relación entre la dificultad para realizar planes y los daños al lóbulo frontal.

(Significados, 2013)

5.01.02. Marketing: Es el conjunto de acciones tendientes a proporcionar satisfacción al cliente de manera prologada. Philip Kotler definió al marketing como "aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio" (Mercadotecnia, 2012, p. 1)

5.01.03. Turismo: Comprende el conjunto de actividades realizadas por aquellos que viajan y se hospedan en lugares diferentes al de su habitual entorno durante un periodo de tiempo consecutivo e inferior a un año y con fines de ocio, entretenimiento, por negocios etc. Vale decir entonces que el marketing turístico es un concepto que si bien parece ser restringido al turismo, abarca un mundo muy amplio dentro de éste: alojamiento, agencias de viajes, transporte, espectáculo, restaurantes, guías, traductores, tours, parques, museos, etc. Sin contar instituciones públicas que difunden y fomentan un destino turístico. El turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con **fines de descanso**, motivos culturales, **interés social**, negocios o simplemente ocio. (Defnición, 2010, p. 28)

5.01.03.01. Turismo de Aventura: Es un tipo de turismo que con percepción de riesgos, en donde se requiere destrezas y una cierta condición física. La diferencia del turismo de aventura y los deportes de aventura estaría en que en la segunda actividad hace falta una preparación mínima y un equipo apropiado, como lo es practicar rápel, escalada, carreras de aventura o montañismo.

- Andinismo
- Escalada

5.01.03.02. Turismo Cultural: Es una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo: sol y playa, deportivo, etc. Este tipo de turismo precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo.

- Manifestaciones culturales
- Ruinas
- Museos
- Tradiciones
- Leyendas
- Historia
- Arte
- Comidas
- Folklore

5.01.03.03. Turismo Científico:

- Estudios e investigaciones científicas
- Sociedad y Naturaleza

5.01.03.04. Turismo de Diversión:

- ❖ Ferias
- ❖ Fiestas

- ❖ Conciertos
- ❖ Desfiles
- ❖ Encuentros deportivos
- ❖ Campeonatos (Tipos de Turismo, 2011)

5.01.04. Marketing Turístico: Dentro de este complejo universo, podríamos delinear básicamente el concepto de marketing turístico a través de algunas características

El intercambio de información con el turista.

Consultar tarifas

Hacer reservas

Realizar pagos

Consultar e informarse acerca del destino y sus atracciones turísticas.

Consultar los niveles de ocupación

Consultar las características de las posibles opciones de alojamiento

Mayor segmentación o propuestas turísticas

Estar constantemente informado a cerca de, promociones, nuevos paquetes, destinos, medios de acceso y alojamientos por medio de boletines electrónicos. (Marketing Turístico, 2010, pág. 12)

5.01.05. Marketing Mix: es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para

cumplir con los objetivos de la entidad. Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro

P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Publicidad).

El marketing mix apela a diversos principios, técnicas y metodologías para incrementar la satisfacción del cliente a partir de la gestión de las Cuatro P. Para que tenga éxito, el marketing mix debe mantener la coherencia entre sus elementos (no tiene sentido posicionar un producto en el sector de lujo y luego tratar de competir con un precio bajo). (Definición, 2012, pág. 1).

5.01.05.01. Las 7 P de la Mercadotecnia

1. **Producto** - un producto físico o un servicio es el "producto". El producto y sus beneficios están en una constante rotación de ciclo de vida de producto y necesitan ayuda de los otros "P" para competir en este entorno híper competitivo.
2. **Precio** - en la mayoría de las industrias es un destino rotatorio basado en competencia, industria en general, las tendencias actuales y pronósticos de ventas.
3. **Lugar** - es donde vendes tu producto, canales de distribución y ahora la internet (que no forman parte del proceso de pensamiento en el modelo original de 1960).
4. **Promoción** - incluye relaciones públicas, publicidad, ventas, eventos, documentos, sitios Web, palabras anuncios, comunicados de prensa, patrocinio de eventos, eventos de capacitación y muchos más, pero creo que usted consigue la idea. También tumor

proceso en la categoría de promoción sobre todo porque el proceso es mucho sobre promoción.

5. **Propósito:** es el "por qué y lo que" desea desde cualquier parte del material de marketing antes de que usted distribuya o crearlo. Con todo lo que está hoy disponible para el seguimiento de las páginas de inicio, Sabemos de antemano, es conocimiento de la marca o una llamada a la acción. Qué números están destinadas para (predicciones) - un aumento de visitantes del sitio Web, conversión de visitante a cliente, o nuevos clientes potenciales del cliente.

6. **Personas** - Pueden ser empleados, bloggers de internet o sólo personas que aman su producto hablando de ello. Personas también son claves para la innovación cuando realmente toman el tiempo de hablar a una empresa un parecido o desagrado de un producto. Compromiso con los clientes y su compromiso con ustedes es incalculable.

7. **Procesos** - puede tener un gran producto o servicio, pero si no tienes los procesos en marcha, es probable que falle. Los procesos incluyen un plan de marketing estratégico que alimenta el plan de negocios para la empresa y un presupuesto de marketing, todos deben tener predicciones de corto y largo plazo. Proceso también incluye A / B pruebas de anuncios, copia, que será tu voz social y lo que será su voz social. Errores pueden terminar cuesta puestos de trabajo o reputación. (Mercadotecnia, 2011, pág. 2)

5.02. Análisis FODA

Tabla N°9
Análisis FODA

	Fortalezas	Debilidades
Factor Interno Factor Externo	-El Hospedaje Carmita cuenta con las instalaciones debidamente equipadas, en donde se encontrara lugares turísticos cerca de la comunidad	El Hospedaje no presenta una adecuada y amplia estrategia de promoción.
Oportunidades	Estrategias (FO)	Estrategias (DO)
Uso de Tecnología para Promocionar el Hospedaje Carmita	Incrementar la afluencia de turistas mediante la promoción de la Página web	Creación de una página WEB con la información de las actividades que ofrece el Hospedaje Carmita.
Amenazas	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
Escases de Ingreso de turistas al Hospedaje por ende poco ingresos económicos.	Búsqueda de formas de difundir información del Hospedaje CARMITA	Recopilar Información del Hospedaje Carmita

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: en la presente tabla como Fortaleza principal, el Hospedaje Carmita cuenta con las instalaciones debidamente equipadas, en donde se encontrara lugares turísticos cerca de la comunidad, como debilidad el Hospedaje no presenta una adecuada y amplia estrategia de promoción. Como oportunidades con uso de tecnología para promocionar el Hospedaje Carmita, por lo tanto como estrategia será incrementar la afluencia de turistas mediante la promoción de la página Web, por ende se tendrá actualizada la página web con toda la información y actividades que se ofrecerán. Tal modo como amenaza es la escases de ingreso de turistas al Hospedaje y por ende poco ingresos económicos, por lo tanto como estrategia se buscara formas de difundir la información sobre el Hospedaje Carmita, recopilados toda la información necesaria.

5.02.01. Investigación de Mercado

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses. También se la define como la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios. (Marketing XXI, 2016)

El Plan de Marketing va dirigido a todas las clases de Turistas ya sean Nacionales e Internacionales en donde podrán realizar varias actividades para todas las edades, podrán degustar de la gastronomía Típica de la zona, observación de elaboración de

bordados, percibir la elaboración de mermeladas tradicionales como la de uvilla y de ají, el avistamiento de cóndores, símbolo del escudo Nacional, naturaleza, avistamiento de flora y fauna, cultura, tradición y fiestas de la Sierra Ecuatoriana; todo esto es con el fin de atraer turistas a la Comunidad de Zuleta y más al Hospedaje Carmita.

5.02.02. Instrumentos de la Investigación

El Instrumento de la Investigación que se utilizara será de encuestas, que nos servirán para saber cuáles son las preferencias de los Turista, que actividades les gustaría realizar dentro de la comunidad y si el Hospedaje es muy conocido en el entorno social con la recolección de datos e información, se permitirá ampliar y profundizar el estudio.

Mediante el instrumento de la Investigación podremos extraer la información que nos ofrecerán los encuestadores que lo utilizaremos para conocer si existe algún problema de Marketing, mediante la información otorgada.

5.02.03. Población y Muestra

Es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo. Entre estas tenemos:

1. Homogeneidad - todos los miembros de la población tengan las mismas características según las variables que se va a considerar en el estudio o investigación.
2. Tiempo – Es el período de tiempo, donde se ubicaría la población de interés.
Determinar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar a una

población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones.

3. Espacio - se refiere al lugar donde se ubica la población de interés. Un estudio no puede ser muy abarcador y por falta de tiempo y recursos hay que limitarlo a un área o comunidad en específico.
4. Cantidad - se refiere al tamaño de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello determina o afecta al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a investigar. (Wigodski, 2010)

Población: Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Wigodski., 212)

Resultados Censo de Población



Figura N° 5
Censo 2010-Cantón Ibarra
Fuete: (INEC, 2015)
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: La muestra para la realización de las encuestas, es el Cantón de Ibarra el cual tiene un total de habitantes de 181.175. El ejemplar se aplicara en el Cantón Quito, ya que la finalidad de la propuestas, es atraer los turistas Nacionales e Internacionales, la propuesta se aplicara en los distintos barrio de la Ciudad de Quito.

Formula: Población finita

Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" ósea el número total de casos esperados o que ha habido en años anteriores. Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la formula.

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

Dónde:

n= Tamaño de la Muestra

N= Población o Universo

z= Base nivel de confianza 95%

p= Probabilidad de Éxito 50%

q= Probabilidad de Fracaso 50%

e= Margen de Error 5%

Desarrollo de la Formula:

$$n = \frac{181175 * 0,50 * 0,50(1,95)^2}{(181174)0,05^2 + 0,50 * 0,50(1,95)^2}$$

$$n = \frac{181175 * 0,25 * 3,8025}{181174 * 0,0025 + 0,25 * 3,8025}$$

$$n = \frac{172229,4844}{452,935 + 0,950625}$$

$$n = \frac{172229,4844}{453,885625}$$

$$n = 379,4556931$$

$$\mathbf{n = 379}$$

5.02.04 Análisis de la información

1. - Edad

Tabla N°10

Edad

Edad	#Personas	Porcentaje
18-24	23	6%
25-35	263	69%
36-45	80	21%
46-65	13	4%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

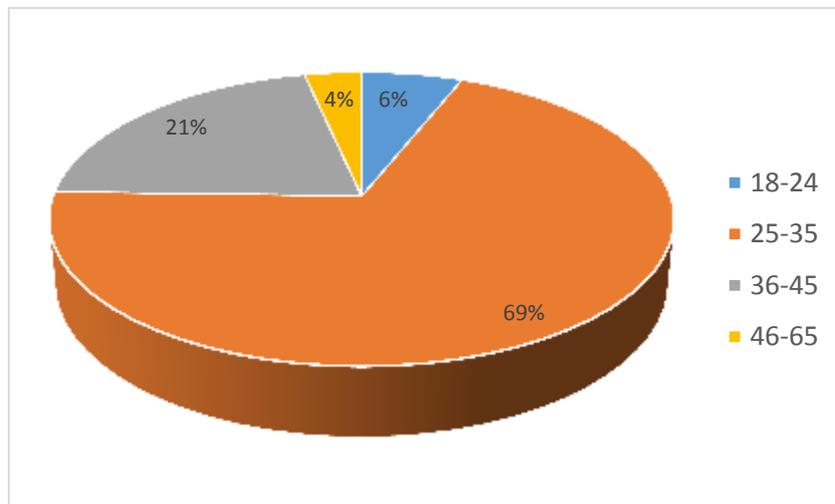


Figura N°6
Edad

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: la presente tabla muestra que con las encuestas realizadas la mayor población que realizo las encuestas son desde 25 a 35 años de edad con un 69%, siguiendo con las personas desde los 36 a 45 con un 21%; lo que implica que las personas que podrán visitar la comunidad son personas que ya trabajan y tienen su propio sustento económico.

2. - Género

Tabla N°11

Genero

Género	#Personas	Porcentaje
Masculino	178	47%
Femenino	201	53%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

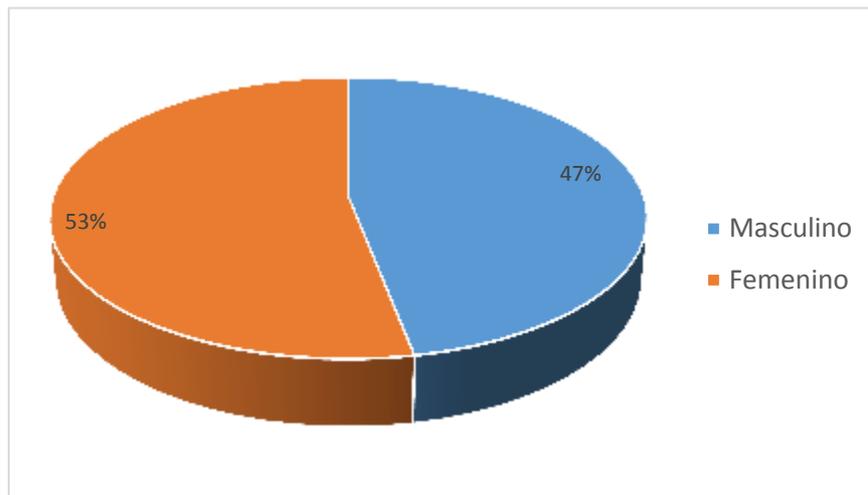


Figura N° 7

Genero

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: en las encuestas realizadas se observó que más se encuestó a las personas del género Femenino con un total de personas de 201 que da un 53%, y hombres con un 47% que es un total de encuestados de 178 que serán la población que visitará la comunidad y aportará con ingresos económicos.

3.- Motivación de viaje

Tabla N°12
Motivación de Viaje

Motivación de viaje	#Personas	Porcentaje
Negocios	27	7%
Recreación	250	66%
Salud	57	15%
Otros	45	12%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

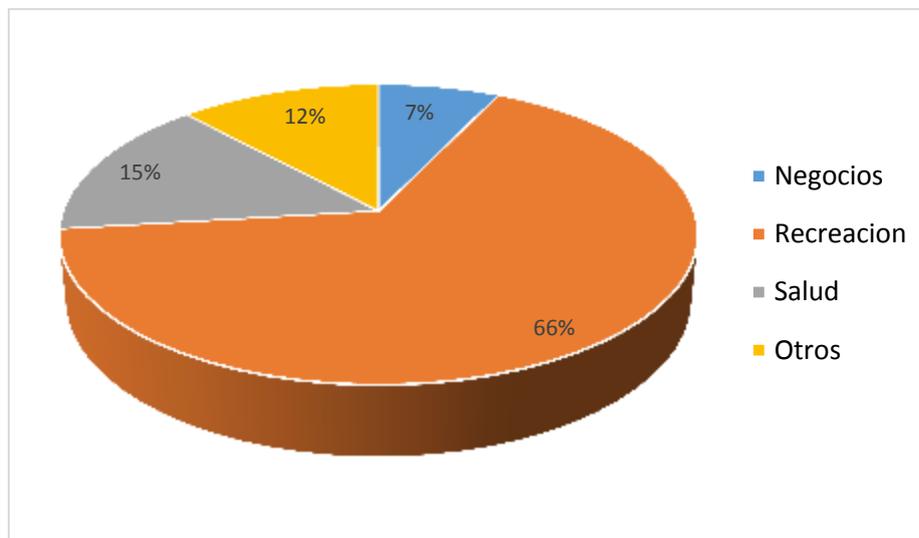


Figura N°8
Motivación de Viaje
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: 8 de cada 10 personas viaja más por recreación fuera de la Ciudad de Quito, con un total de 250 personas que da un 66%, ya que si salen de la ciudad para distraerse la comunidad de Zuleta es un excelente lugar para relajarse y salir de la rutina diaria.

4. - La región que prefiere viajar

Tabla N°13
Región de preferencias

La región que prefiere viajar	#Personas	Porcentaje
Costa	64	17%
Sierra	203	53%
Oriente/Amazonia	101	27%
Galápagos	11	3%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

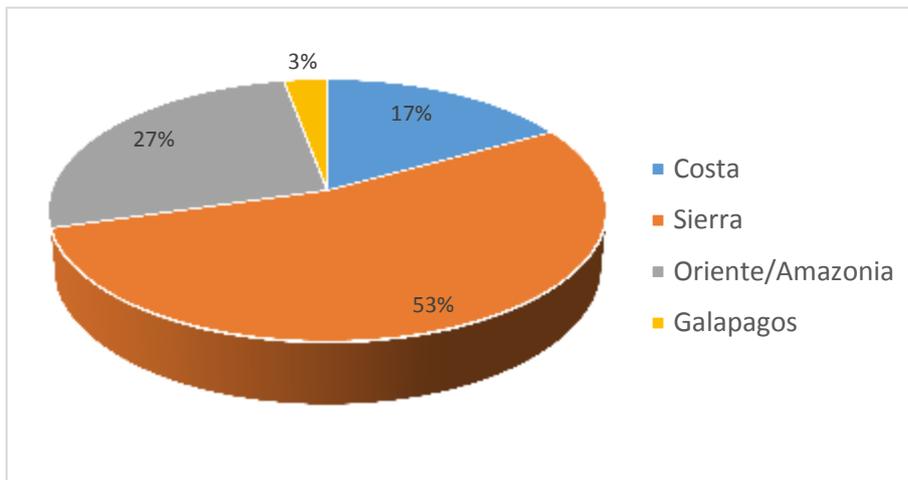


Figura N°9
Región de Preferencia
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: las personas en donde se encuesta según la tabulación se observa que la región que más frecuentan viajar es la Sierra, con un total de 203 personas que da un 54%, demuestra que a la mayoría de la población le gusta el paisaje, naturaleza y Zuleta podrá ofrecer todo eso en un mismo lugar.

5. - Frecuencia de viaje

Tabla N°14
Fluencia de Viaje

Frecuencia de viaje	#Personas	Porcentaje
1 vez al año	60	16%
2 veces al año	180	48%
3 veces al año	51	13%
4 veces al año	88	23%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

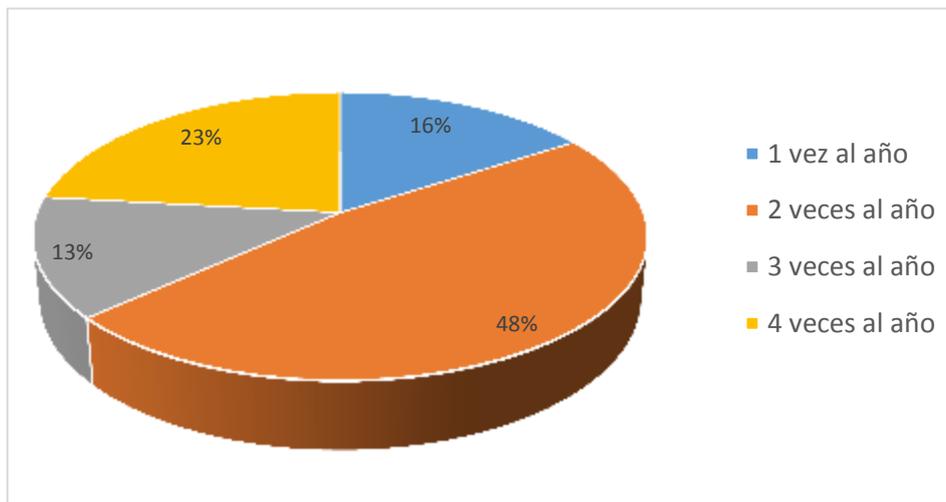


Figura N°10
Fluencia de Viaje
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: La mayor parte de la población decide viajar 2 veces al año por diferentes motivos que impiden que viajen más frecuentemente con un total de 180 personas con un porcentaje de 47.

6. - Con quien realiza sus viajes

Tabla N°15
Realiza sus viajes

Realiza sus viajes	#Personas	Porcentaje
Solo	28	7%
Pareja	84	22%
Familia	214	57%
Amigos	53	14%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

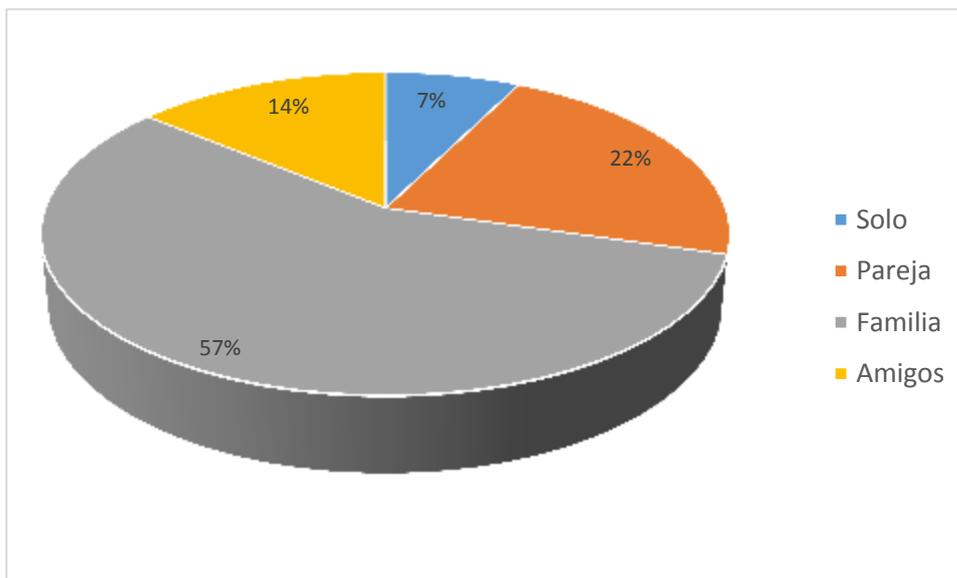


Figura N°11
Realiza sus viajes
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: La mayor parte de la población con un 56 % decide viajar con su familia, lo que permite que el Hospedaje Carmita puede hospedarles con un ambiente familiar degustando de gastronomía Típica.

7. – A oído o leído Noticias, reportajes o escritos sobre Zuleta

Tabla N°16
Reportajes de Zuleta

Noticias, reportajes o escritos sobre Zuleta	#Personas	Porcentaje
Si	193	51%
No	186	49%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

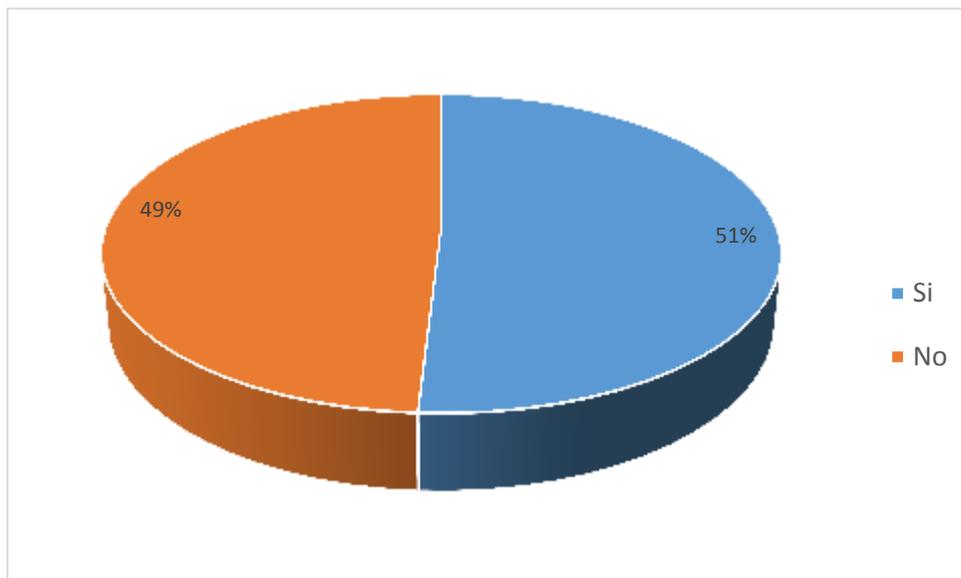


Figura N°12
Reportajes sobre Zuleta
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: El 51% de la Población dice que si ha escuchado algún reportaje, noticia, leído algún escrito sobre Zuleta, que demuestra que en si la comunidad si es un poco conocida por la población encuestada.

8. – Conoce la comunidad de Zuleta

Tabla N°17
Conoce la Comunidad de Zuleta

Conoce la comunidad de Zuleta	#Personas	Porcentaje
Si	113	30%
No	266	70%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

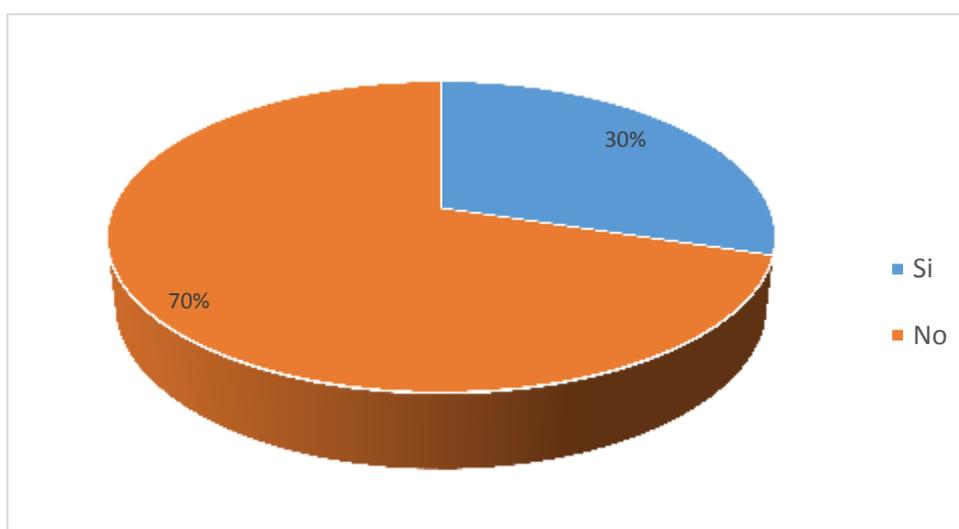


Figura N°13
Conoce la Comunidad de Zuleta
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: la mayor de la población encuestada dice que 70% que da un total de 266 personas no han oído escuchar algún reportaje sobre la comunidad de Zuleta, en lo que se observa que no existe una publicidad sobre la comunidad.

9. – Conoce el Hospedaje Carmita

Tabla N°18
Conoce el Hospedaje Carmita

Conoce el hospedaje Carmita	#Personas	Porcentaje
Si	77	20%
No	302	80%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

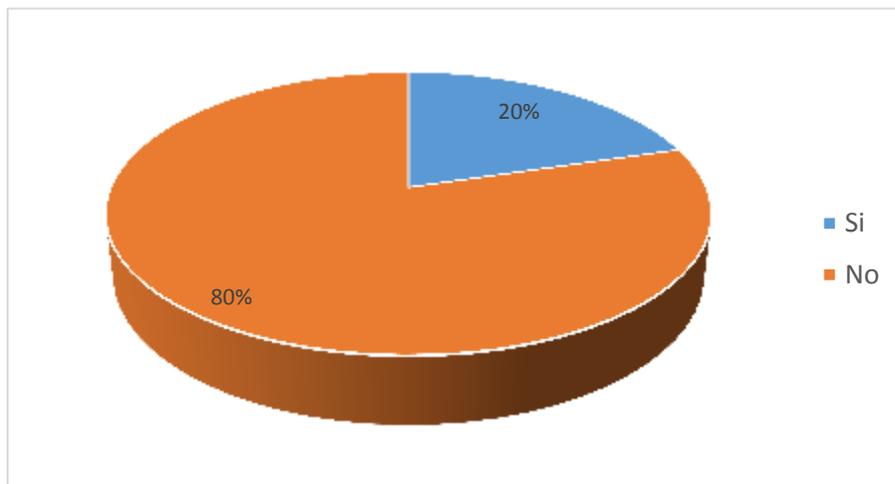


Figura N°14
Conoce el Hospedaje Carmita
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Según las encuestas realizadas sobre si conocen el Hospedaje Carmita en la comunidad de Zuleta la mayor parte de la población con un 80% dice no conocer el Hospedaje que nos da la conclusión de que necesita mayor promoción y publicidad.

10. – Le gustaría conocer la comunidad de Zuleta

Tabla N°19
Le gustaría conocer Zuleta

Le gustaría conocer Zuleta	#Personas	Porcentaje
Si	252	66%
No	127	34%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Arma

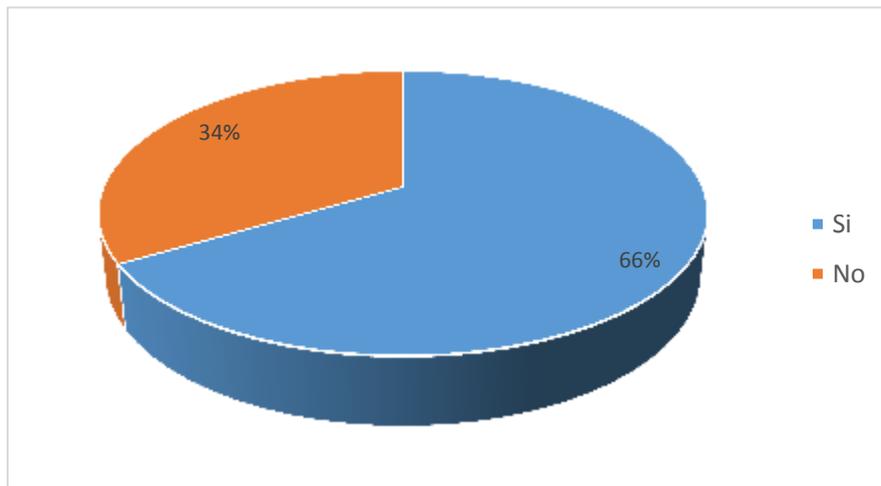


Figura N° 15
Le gustaría conocer Zuleta
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: según las encuestas realizadas a la población, se observe que la mayor parte de población encuestada dijo que si le gustaría conocer la comunidad de Zuleta con un 66% que es total de 262 de 379 personas encuestadas, lo que demuestra que haciendo publicidad las personas se sentirían más atraídas por conocer la comunidad y salir de la rutina diaria que viven.

11. - Actividades a realizar en la comunidad de Zuleta

Tabla N°20
Actividades a realizar en Zuleta

Actividades a realizar en Zuleta	#Personas	Porcentaje
Reserva del Cóndor	112	30%
Ciclismo de Montana	122	32%
Camping	63	17%
Caminatas	47	12%
Visita del Museo de Queso	35	9%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

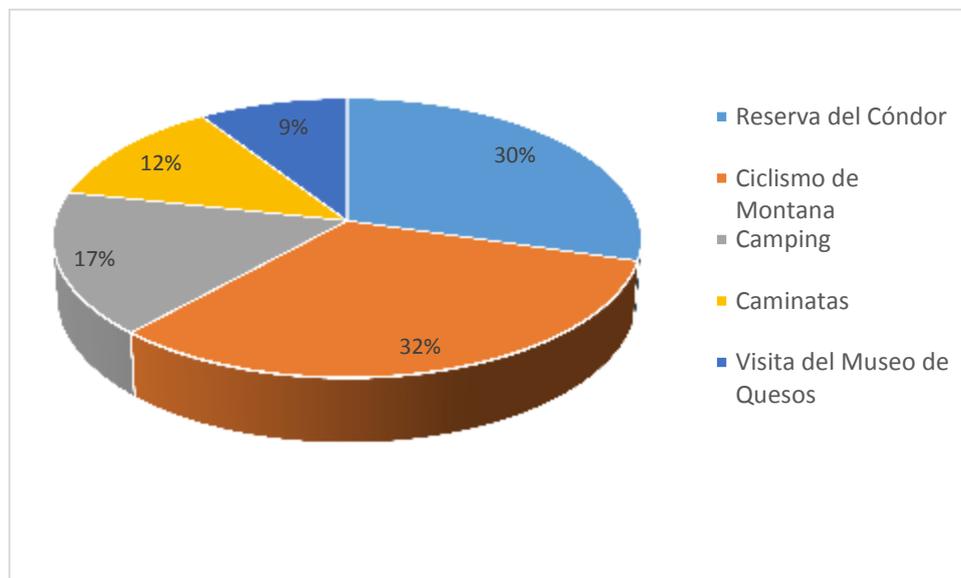


Figura N°16
Actividades a realizar en Zuleta
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: entre las varias opciones de las actividades que ofrece la comunidad de Zuleta la mayor parte de encuestados dijo que preferían realizar ciclismo de montaña con un 32%, siguiendo la siguiente actividad de visitar la reserva del cóndor con un total de 30%.

12. - Recibir información turística acerca de la Comunidad de Zuleta

Tabla N° 21
Recibir información

Recibir información	#Personas	Porcentaje
Si	288	76%
No	91	24%
Total	379	100%

Elaborado por: Evelyn Armas

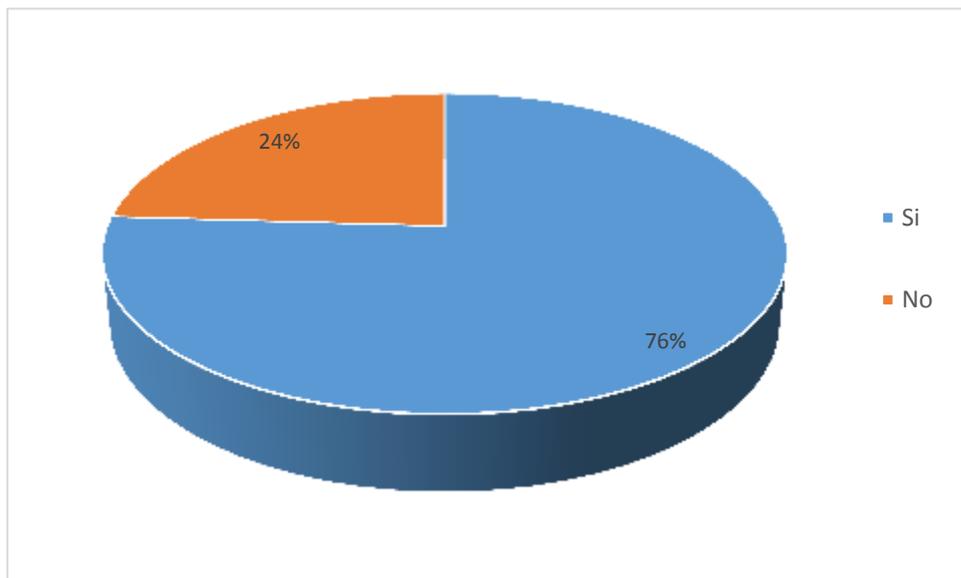


Figura N°17
Recibir Información
Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: un 76% de encuestados dijo que si les gustaría recibir promociones acerca de la comunidad de Zuleta, dando así el otro 24% no desea recibir información sobre Zuleta.

5.03 Descripción

El presente Plan de marketing con la información detallada del Hospedaje Carmita y de la comunidad se diseñara una

- Página Web que mostrara la información actualizada del Hospedaje
- Trípticos con la información de cómo llegar a la comunidad.
- Elaborar un video promocional donde se observara lo que ofrece el hospedaje, tiene duración de 1 minuto con 22 segundos, en donde se observa el establecimiento, la propietaria, los recuerdos, dulces, gastronomía del Hospedaje Carmita.
- Elaboración del Logotipo que represente al hospedaje Carmita
- Elaboración de página social en el Facebook en donde está la información acerca de los Dueños y de cómo llegar a la comunidad de Zuleta.
- Elaboración de 2 tour, familiar que será de 4 días y 3 noches, de ida y regreso el mismo día.

5.04 Formulación del Proceso de Aplicación de la Propuesta

Propuestas: Elaboración Plan de Marketing Turístico en el Hospedaje Carmita en la provincia de Imbabura en la parroquia de Angochagua de la comunidad de Zuleta; para que con la afluencia de turistas a sus instalaciones exista el incremento de sus ingresos.

Misión:

Contribuir con el desarrollo de la actividad turística de la comunidad de Zuleta, promoviendo el Hospedaje Carmita.

Visión:

Que el Hospedaje Carmita sea considerado como uno de los mejores Hospedajes del País, difundiendo las actividades turísticas que se podría realizar dentro de la comunidad de Zuleta.

Estrategias:

- Creación de una página Web con la información de las actividades que ofrece el Hospedaje Carmita
- Incrementar la afluencia de turistas mediante la promoción de la página Web
- Búsqueda de formas de difundir la información del Hospedaje Carmita
- Recopilar Información del Hospedaje Carmita

5.04.01 Información de Atractivos Turísticos

Los principales atractivos turísticos que posee la comunidad de Zuleta, mostrar las costumbres, tradiciones y cultura del pueblo indígena para poder demostrar la relevancia y poder plasmarlo con el arte para compartir y mostrar la temática indígena, quienes desean expresar que lo indígena también tiene un valor y una belleza que resalta para poder valorar y proteger la cultura y dejar una clara muestra de su cultura, creencias, actividades(Bordado), su paisaje y principalmente su entorno natural.

“Ecuador tiene inventariado 1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales. Para cada uno de los atractivos tiene una

jerarquía con el siguiente significado". (Ecuador, Ministerio de Turismo PLANDETUR 2020. Pág. 44)

JERARQUIA IV: Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

JERARQUIA III: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

JERARQUIA II: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

JERARQUIA I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (Ecuador, Ministerio de Turismo PLANDETUR 2020. Pág. 45)

Tabla N° 22
Jerarquización

SITIOS NATURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES
Los atractivos de jerarquía 4 (de gran significación) representan el 31,12% de los puntos con relación al total.	Los atractivos de jerarquía 4 (de gran significación) representan el 9,45% de los puntos con relación al total.
Los atractivos de jerarquía 3 (con rasgos excepcionales) representan el 27,3%% de los puntos con relación al total.	Los atractivos de jerarquía 3 (con rasgos excepcionales) representan el 40,2% de los puntos con relación al total.
Los atractivos de jerarquías 2 (con algún rasgo llamativo) y 1 (sin merito suficiente) representan el 41,5%.	Los atractivos de jerarquías 2 (con algún rasgo llamativo) y 1 (sin merito suficiente) representan el 50,42%.
En las en 10 de las 22 provincias que concentra el 72,2% de los puntos son: Galápagos, Pichincha, Manabí, Napo, Chimborazo, Esmeraldas, Guayas, Morona Santiago, Azuay e Imbabura.	En las en 7 de las 22 provincias que concentra el 77,8% de los puntos son: Pichincha, Azuay, Imbabura, Manabí, Cotopaxi, Loja, Pastaza, Guayas, Cañar y El Oro.
Las provincias que superan la media nacional (1.204 puntos) de los sitios naturales son: Galápagos, Pichincha, Napo, Manabí, Esmeraldas y Chimborazo.	Las provincias que superan la media nacional (1.342 puntos) son: Tungurahua, Pichincha, Pastaza, Manabí, Los Ríos, Loja Imbabura, Guayas, Chimborazo, Cotopaxi, y Azuay.

Fuente: (Ministerio de Turismo)

Elaborado por: Evelyn Armas

5.04.02. Elaboración de Tablas de Levantamiento de Atractivos

Tabla N° 23

Iglesia de Zuleta

IGLESIA DE ZULETA			
			
Categoría:	Manifestaciones Culturales	Tipo:	Histórico
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Arquitectura
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144 m.s.n.m	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Localizada en la vía de acceso se encuentra la Iglesia de Zuleta, cuenta con una estructura, muy típica de la colonia.</p> <p>En la capilla encontramos pintura de consagración de Santa Marianita de Jesús, escultura, la decoración; Columnas dóricas talladas en piedra balaustrada, arcos de medio punto, pilares de madera del siglo XVII y XVIII. Porticados, ventanas rectas y de medio punto, patios escalinatas empedradas y jardines</p>			
Actividades: Misas, Peregrinaciones.			
Jerarquía:	II		

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°24

Hacienda Zuleta

HACIENDA DE ZULETA			
			
Categoría:	Manifestaciones Culturales	Tipo:	Histórico
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Vestigios Arqueológicos
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Los habitantes originales de la zona de Zuleta fueron los pacíficos Caranquis (800 años A.C.). Su cultura estuvo basada en la agricultura, actividad muy próspera por encontrarse en una zona volcánica rica en nutrientes. Su período terminó con el arribo de los Incas a fines de 1470. Dentro de la tierra de Zuleta hay 148 tolas de enterramiento Caranquis y 12 pirámides truncadas con rampa, que fueron construidas entre el siglo VIII y el XIV. Estas fueron construidas para aislar de la humedad del suelo, edificaciones como chozas, cabañas y templos.</p> <p>En 1898 la Hacienda fue vendida a José María Lasso y ha pasado a dos generaciones más. Galo Plaza Lasso el ex presidente de la república del Ecuador fue un hacendado de corazón, torero y diplomático. En sus manos Zuleta capturó su original prosperidad. Plaza Lasso fue partidario de la agricultura moderna y mediante esta convicción fue el primero en traer vacas, con selección de semillas sistemáticas y tractores al Ecuador. Zuleta fue su ejemplo, el lugar en donde cada una de estas tecnologías fue resaltada.</p>			
Actividades: Caminata por el sendero, Observación de aves, visita de reserve Cóndor Huasi			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°25

Ruinas Arqueológicas

RUINAS ARQUEOLÓGICAS DE ZULETA			
			
Categoría:	Manifestaciones Culturales	Tipo:	Históricos
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Vestigios Arqueológicos
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Dentro de la Hacienda Zuleta usted encontrará el más extenso yacimiento arqueológico de la antigua cultura Caranqui en toda su conservación natural. Hay más de 132 pequeñas tolas que datan de 700 AC y 5 pirámides truncadas de gran escala de 1200 AC.</p>			
Actividades: Caminata			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°26

Paramo de Zuleta

PÁRAMO DE ZULETA			
			
Categoría:	Sitio natural	Tipo:	Bosques
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Páramo
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Zuleta bosque protector que alberga gran variedad de flora y fauna propia de la zona; ahora alberga los osos de anteojos y por ende se ha creado un refugio de los osos que se encuentra dentro de los que son los páramos de Zuleta. Área protegida.</p>			
Actividades: Caminata ecológica, observación de flora y fauna.			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°27

Museo de Quesos

MUSEO DE QUESOS			
			
Categoría:	Manifestaciones Culturales	Tipo:	Históricos
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Museos
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>En la fábrica se puede observar y participar del proceso de elaboración de los quesos, manteniendo una interacción entre los visitantes y las personas que elaboran el Queso.</p> <p>Aprender como Zuleta produce quesos semi maduros y maduros hechos a mano directo de la leche fresca y cuidadosamente procesados en una pequeña fábrica cerca de la casa de huéspedes. Aprenderá todos los pasos desde la leche hasta el queso y como el proceso ha cambiado durante la historia.</p>			
Actividades: Participar del proceso de elaboración de los quesos.			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°28

Reserva el Cóndor Huasi

RESERVA DEL CÓNDOR HUASI			
			
Categoría:	Sitio Natural	Tipo:	SNAP
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Refugio de vida silvestre
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Estos enormes pájaros color ébano, con una amplitud de sus alas de entre 9 y 10 pies, son parte de los pocos 60 Cóndores Andinos que sobreviven en esta región. Aquí, son protegidos en una inmensa pajarera hasta que están listos para ser liberados. Mientras tanto, cóndores salvajes de vez en cuando visitan a sus compañeros de vuelo en recuperación. Es posible que vea a uno o dos cóndores planeando en las sombras de los Andes o un oso atravesando la zona salvaje.</p> <p>Cóndor Huasi es un proyecto impulsado por la Fundación Galo Plaza Laso, y se encuentra dentro de la Hacienda, su objetivo primordial es la educación sobre el medio ambiente a jóvenes y niños que visiten este lugar. Se intenta reinsertar a la vida silvestre a cóndores, que se encuentran en la actualidad en enormes jaulas.</p>			
Actividades: Caminata ecológica, observación del ave majestuosa del Ecuador			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°29

Artesanías en madera

ARTESANÍAS EN MADERA			
			
Categoría:	Manifestaciones Culturales	Tipo:	Históricos
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Museos
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Todos los troncos y ramas gruesas o delgadas de un árbol sirven. Con ellas también salen cofres y otros objetos pequeños. "Un árbol produce mucho", habla con un criterio de economía. Las astillas y el aserrín sirven para el fogón de la cápsula que es una especie de turco para maderos. Según su sabiduría la cápsula produce calor para acelerar en envejecimiento de la madera. Incluso las cenizas que produce el ingenioso artefacto se vende para elaborar ladrillos. Su arte es utilitario. No concibe que un objeto esté con delicadeza en una habitación o en un paredón sin tener provecho. Por eso toda pieza de madera que llega a sus manos es convertida en algo útil. Lleva 25 años entre gubias y cinceles rústicos construidos por sus manos para sus necesidades.</p>			
Actividades:			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°30

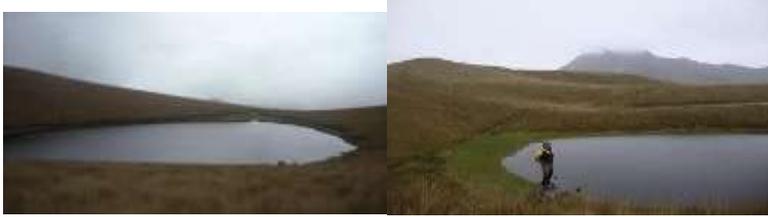
Cerro de Cubilche

CERRO DE CUBILCHE			
			
Categoría:	Sitio Natural	Tipo:	Montañas
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Altas montañas
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	3.306 m.s.n.m	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>El recorrido se realiza en aproximadamente dos horas, aunque se puede ahorrar tiempo y esfuerzo si contrata una camioneta que, tras 30 minutos de viaje, le dejará en la cumbre del monte. Sin embargo, la recomendación es hacerlo a pie ya que en el camino podrá divisar una espectacular vista del volcán Cayambe.</p> <p>En el punto más alto, hay un espacio ideal para acampar, el cual se encuentra muy cerca de una pequeña laguna. Desde allí también es posible ver bonitos y variados paisajes caracterizados por los valles, espacios para sembrar diferentes plantas. En el sitio está también el ganado.</p>			
Actividades: Caminata ecológica, observación de aves, acampado, fogatas, ciclismo de montaña, excursiones, cabalgatas.			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N° 31

Laguna de Cubilche

LAGUNA DE CUBILCHE			
			
Categoría:	Sitio natural	Tipo:	Ambientes lacustres
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Laguna
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	3.306 m.s.n.m	Temperatura:	10°-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Tiene 3.306 metros de altura. El recorrido se realiza en aproximadamente dos horas, aunque se puede ahorrar tiempo y esfuerzo si contrata una camioneta que, tras 30 minutos de viaje, le dejará en la cumbre del monte. Sin embargo, la recomendación es hacerlo a pie ya que en el camino podrá divisar una espectacular vista del volcán Cayambe.</p> <p>En el punto más alto, hay un espacio ideal para acampar, el cual se encuentra muy cerca de una pequeña laguna. Desde allí también es posible ver bonitos y variados paisajes caracterizados por los valles, espacios para sembrar diferentes plantas. En el sitio está también el ganado.</p>			
Actividades: Caminata ecológica, se puede divisar una espectacular vista del volcán Cayambe. En la parte más alta del cerro hay un espacio perfecto para acampar muy cerca de una pequeña laguna. Desde este sitio también se puede ver bonitos paisajes como valles, sembríos, ganado etc.			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N° 32

Bordados de Zuleta

BORDADOS DE ZULETA			
			
Categoría:	Manifestaciones Culturales	Tipo:	Etnográficas
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Ferias
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10-15°C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>La historia cuenta que Rosario Pallares, esposa del exmandatario, creó en la hacienda Zuleta un taller para aprovechar las habilidades de las mujeres de la zona en el arte del bordado y proporcionar a los hogares de la comuna un ingreso extra. Esta idea había surgido en uno de sus viajes a España e Italia, en donde los bordados a mano eran un arte relevante en los pueblos pequeños.</p> <p>En la actualidad once mujeres de diversas edades conforman la Asociación de Mujeres Bordadoras de la Comunidad de Zuleta. Para ellas el bordado, no es solo un oficio, es una de sus principales actividades económicas y su laborioso trabajo, reconocido por el talento y la calidad que implica, ha ganado visibilidad en la escala nacional e internacional.</p>			
Actividades: Observación, conocimiento de como inicio			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

Tabla N°33

Fiesta de San Juan

FIESTAS DE SAN JUAN			
			
Categoría:	Manifestaciones Culturales	Tipo:	Etnografía
Provincia:	Imbabura	Subtipo:	Música y danza
Parroquia:	Angochagua	Cantón:	Ibarra
Altitud:	10144	Temperatura:	10-15° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>La comunidad de Zuleta tiene un de las más grandes y valiosas fiestas que reflejan el agradecimiento a la Pachamama o madre Tierra esto se produce todos los 28 de junio acompañado por músicos y bailarines, que a ritmo de alegres cantos homenajearon a San Juan. Es la culminación de esta festividad ya se las celebra desde días antes se baila de casa en casa con la rama de gallos, bailando hasta llegar a la Hacienda Zuleta con coplas cantadas para el Santo, en donde se regala el gallo a los dueños de la Hacienda Zuleta todo esto coincide con el solsticio de verano y el fin de las cosechas. Los dueños de la hacienda Zuleta también son parte fundamental de esta celebración comunitaria.</p>			
Actividades: Canto y Baile tradicional, coplas en agradecimiento al Santo San Juan			
Estado :	Conservado	Entorno:	Conservado

Elaborado por: Evelyn Armas

5.04.03. Inventario de Atractivos Turísticos

Tabla N°34

Clasificación de atractivos Turísticos

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO
Manifestaciones Culturales	- Histórico	Arquitectura	Iglesia de Zuleta
	Histórico	Vestigios Arqueológicos	Hacienda de Zuleta
	Histórico	Vestigios Arqueológicos	Ruinas Arqueológicas
	Histórico	Museo	Museo de Quesos
	Histórico	Museo	Artesanías de Madera
	SNAP	Refugio de Vida Silvestre	Reserva del Condor Huasi
	Etnográficas	Música y Danza	Fiesta de San Juan
	Etnográficas	Ferias	Feria de Bordados
Sitio Natural	Bosques	Paramo	Paramo de Zuleta
	Montañas	Altas Montañas	Cerro de Cubilche
	Ambientes Lacustres	Lagunas	Laguna de Cubilche

Elaborado por: Evelyn Armas

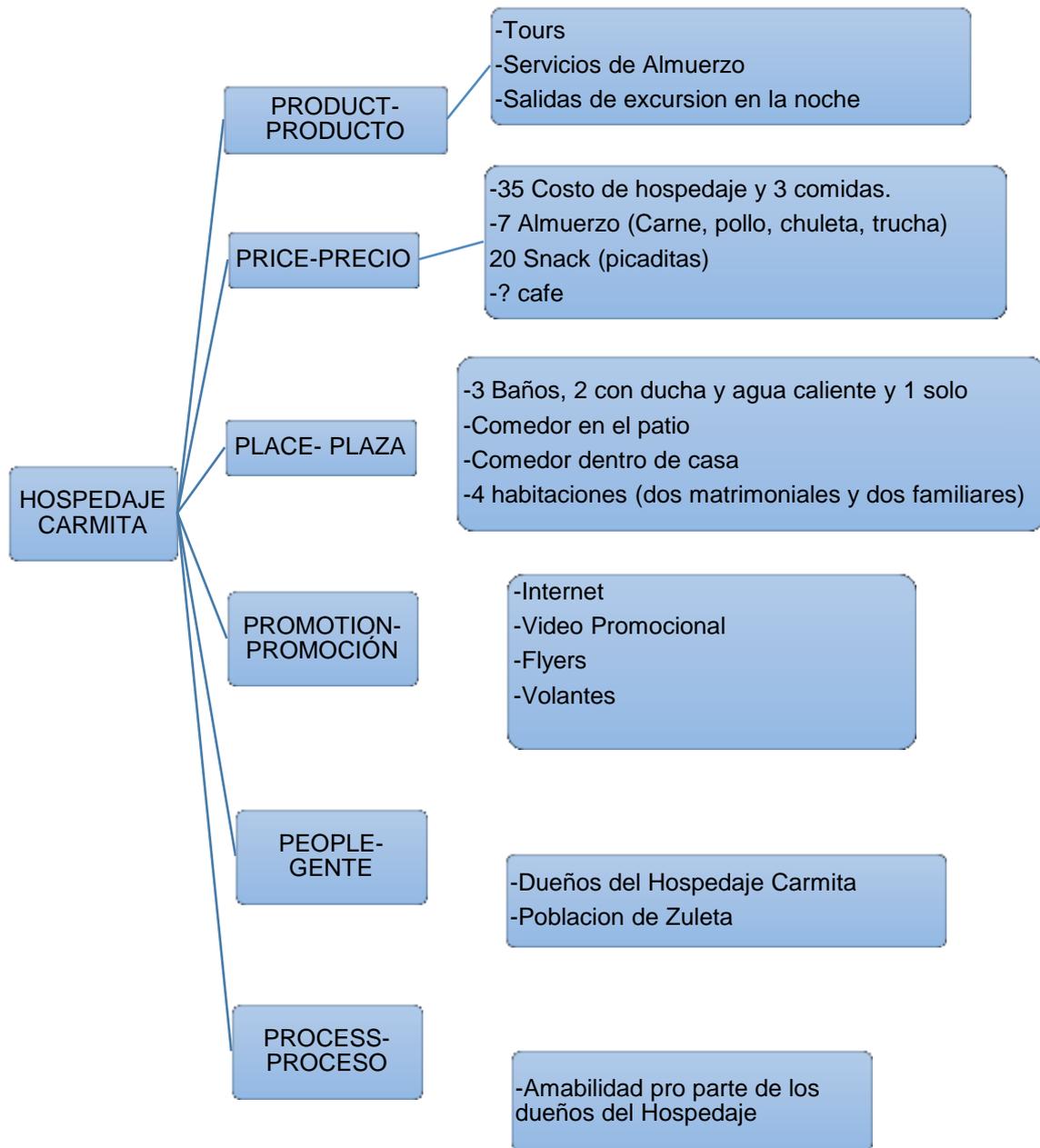


Figura N° 18
Las P de Marketing
Elaborado por: Evelyn Armas

Logotipo



Slogan

EL MOTIVO PARA
SALIR DE TU
RUTINA

PRODUCTO:

Ruta Quito- Zuleta



Figura N° 19

Elaborado por: Evelyn Armas

Paquete Turístico Familia-4 días 3 noches

Zuleta-Bello Rincón

Quito- Zuleta

DIA 1

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	OBSERVACION
6:00	Salida de Carcelén	Salida de Quito para la comunidad de Zuleta	
7:15	Ruinas Arqueológicas de Cochasquí	Caminata	
8:40	Mirador del Lago	Desayuno	
10:15	Lago San Pablo	Paseo en lancha-vuelta en el Lago	Incluye el Paseo
11:30	Zuleta		
12:00	Llegada Hospedaje Carmita	Entrega de Habitaciones	
13:00	Hospedaje Carmita	Almuerzo	Incluido platos típicos y tradicionales
14:15	Hospedaje Carmita	Relax	
15:00	Visita alrededor de la Comunidad de Zuleta		
20:00	Cena		

DIA 2

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES
8:00	Hospedaje Carmita	Desayuno	
9:15	Caminata alrededor de la comunidad de Zuleta	Avistamiento de aves	
12:15	Hospedaje Carmita	Relax	
13:00	Hospedaje Carmita	Almuerzo	
14:45	Hacienda Zuleta	Observación	Incluido ingreso a la Hacienda
16:30	Visita Pirámides de Zuleta	Caminata	Incluido
18:45	Retorno Hospedaje Carmita		
19:30	Hospedaje Carmita	Cena	

DIA 3

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES
7:00	Hospedaje Carmita	Desayuno	
9:15	Hacienda Zuleta	Visita a la reserva del Cóndor Huasi	
9:50	Hacienda Zuleta	Visita piscina de truchas	No incluye cacería ni compra de Trucha
10:30	Paramo de Zuleta	Avistamiento de flora y fauna	

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

12:00	Retorno Hospedaje Carmita		
13:00	Hospedaje Carmita	Almuerzo	Incluido
15:00	Visita Casa Comunal de Zuleta	Bordados, artesanías, miel de abeja, mermeladas, bufandas. Etc.	No incluida la compra de nada
18:00	Visita de bordados	Como elaboran las camisas tradicionales de la comunidad, bordadas a manos	No incluido compra de bordados
19:00	Retorno Hospedaje Carmita	Descanso	
20:00	Hospedaje Carmita	Cena	Incluido

DIA 4

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES
6:00	Hospedaje Carmita	Desayuno	
7:15	Loma del Cunru Laguna	Salida en bici o de caminata	No incluido Bicicletas
12:00	Regreso Hospedaje Carmita	Descanso	
13:00	Hospedaje Carmita	Almuerzo	Incluido
14:15	Hospedaje Carmita	Arreglo de equipaje	
15:00	Hospedaje Carmita	Salida de la Comunidad de Zuleta	
15:30	Quito	Retorno a Quito	

Elaborado por Evelyn Armas

Costo: 130\$

Nota

Paquete Incluye

Hospedaje con las tres comidas diarias, Entrada a la Hacienda Zuleta, entrada a la Reserva Huasi, entrada a las Ruinas de Cotacachi, Desayuno en Mirador del Lago, entrada museo de Quesos tradicionales.

Paquete no Incluye

Bebidas Alcohólicas, bordados, mermeladas, recuerdos de Zuleta, Quesos tradicionales.

Paquete Turístico ida y regreso- 1 día

El Motivo Para Salir de tu Rutina

Quito- Zuleta



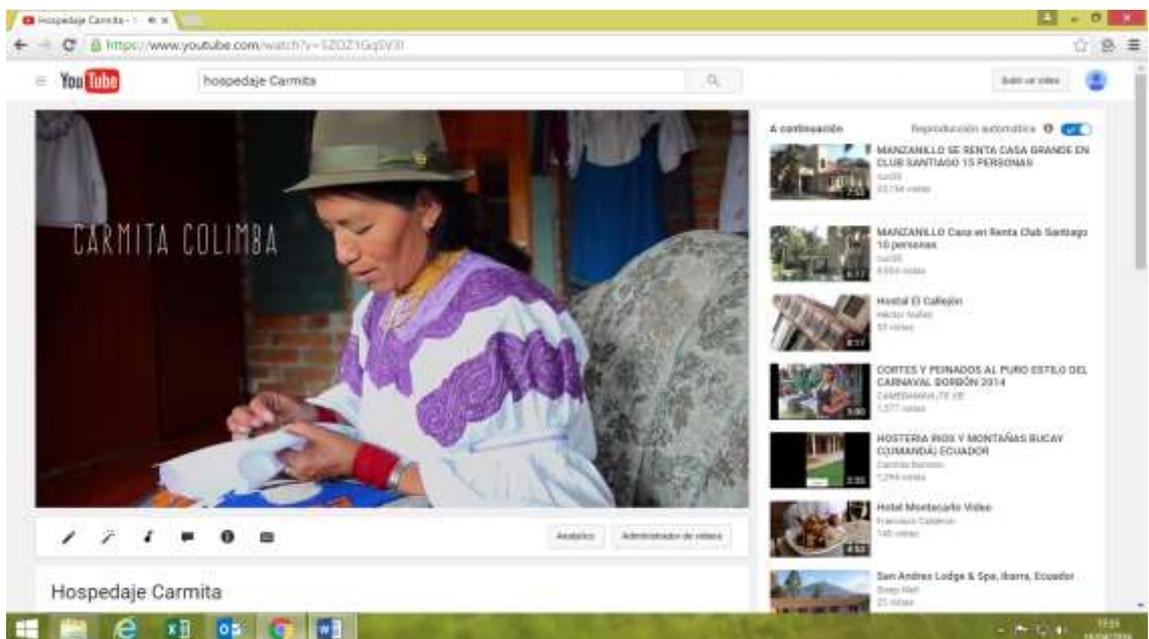
PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES
6:00	Salida de Carcelén	Salida de Quito para la comunidad de Zuleta	
7:00	Cayambe		
8:15	Zuleta		
8:30	Hospedaje Carmita	Desayuno	Incluido
9:20	Visita Casa Comunal Zuleta	Compra de bordados, manteles hechos a mano, bufandas, etc.	No Incluida ninguna compra
10:30	Museo de Quesos	Fabricación y elaboración del queso tradicional de Zuleta	No Incluida ninguna compra
11:15	Visita Hacienda Zuleta		
13:30	Hospedaje Carmita	Almuerzo	Incluido
14:45	Visita Cóndores Huasi	Conocimiento, charla y conservación Ambiental	Incluida entrada
15:45	Visita Piscina de Truchas	Conocimiento de la conservación y mantenimiento de las Truchas	No Incluido pesca
16:45	Visita de las Ruinas	Conocimiento de los pueblos que habitaban	
18:30	Hospedaje Carmita	Café	Incluido
19:15	Retorno a Quito		
21:00	Llegada a Quito		

Costo: 30\$

PROMOCIÓN:

Video promocional

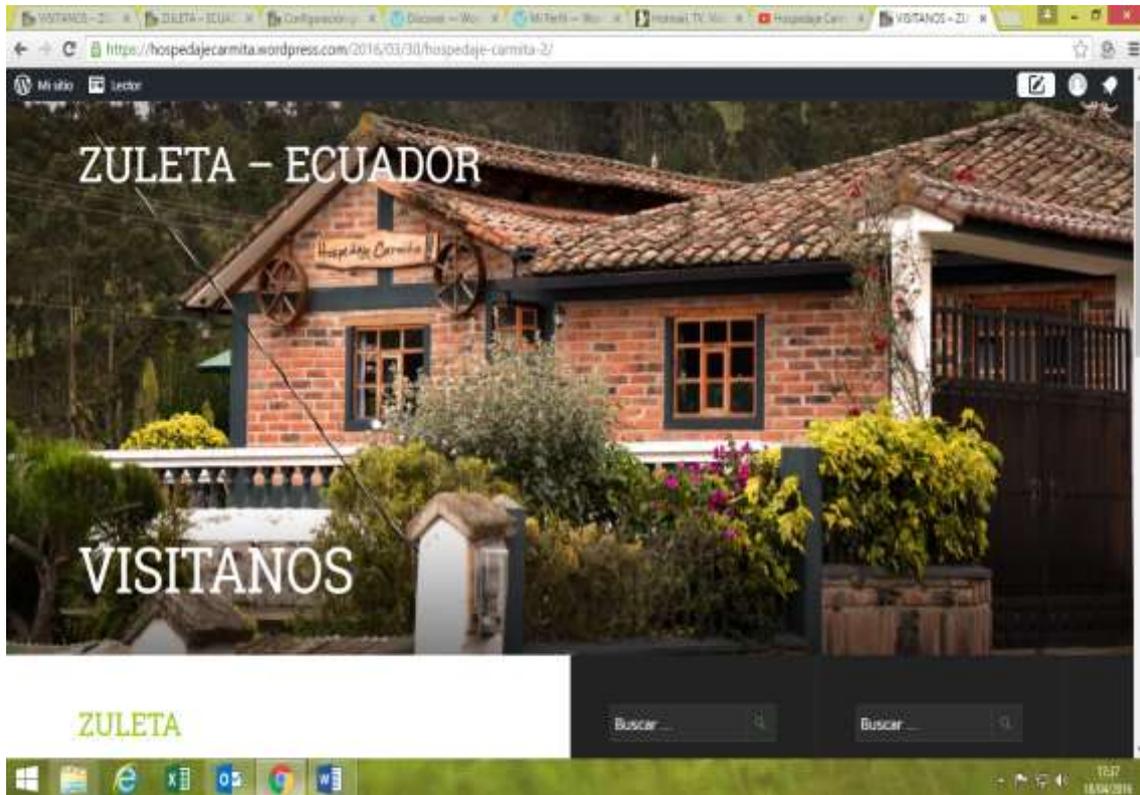


PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

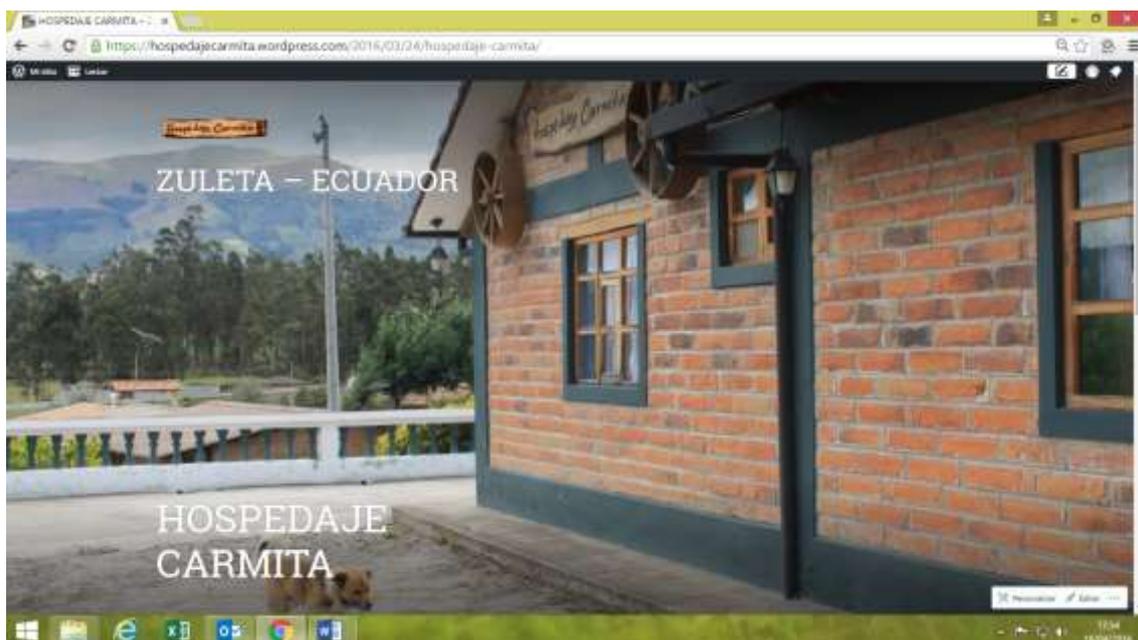
Proyecto-Programa de Voluntariado-Intercambio

El programa de voluntariado se enfoca en estudiantes del extranjero que acaban el colegio y para iniciar la Universidad les piden pasantías en donde ellos deciden salir de su país para conocer comunidades en donde ellos deberán convivir, ayudar, compartir con las población de ese lugar. El Hospedaje Carmita entraría en este proyecto en donde la ganancia es 50/50 para ellos y para las personas que acogen a los estudiantes quienes formaran parte de su familia.

Página Web



PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.



PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

Redes Sociales

conserje - sinónimos y a... X Correo: Evelyn Armas - O... X Hospedaje Carmita X

← → ↻ <https://www.facebook.com/Hospedaje-Carmita-544796312303011/?fref=ts>

Hospedaje Carmita

Evelyn Inicio

Crear página

Reciente
2014

Publicidad

TÉCNICO EN GASTRONO...
www.santpol.edu.es
Estudia Curso Técnico en Gastronomía y Restauración en Barcelona en el Hotel-Escuela líder...

adidas #PureBOOSTX
latam-america.adidas.com
Soy increíble, soy dinámica, soy ligera, soy mujer, soy pura energía.

Hospedaje Carmita Hotel

Llamar Te gusta Mensaje

Biografía Información Fotos Opiniones Más

Busca publicaciones en esta página

A 162 personas les gusta esto
Marika Díaz y 16 amigos más

4 personas estuvieron aquí

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

5.0 de 5 estrellas · 5 opiniones
Ver opiniones

Estado Foto/video

Escribe algo en esta página...

Hospedaje Carmita
5 de septiembre de 2015 ·

Sus propietarios son gente amable y sociable

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

Flyers



PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

TRIPTICO

<p>HOSPEDAJE:</p> <p>Habitación Matrimonial con Baño privado— Habitación Compartido</p> 	<p>ALIMENTACION:</p> <p>Desayuno – Almuerzos – Platos a la Carta – Cena</p> 	<p>Dulces</p>  <p>Recuerdos</p>  <p>Bordados</p> 
---	---	--

<p>ACTIVIDADES</p>  <p>CICLISMO DE MONTAÑA</p>  <p>RESERVA DEL CONDOR HUASI</p>  <p>PIRAMIDES</p>  <p>VISITAR LA FABRICA DE QUESOS TADICIONALES</p>	 <p>Ubicación: El Hospedaje Carmita se encuentra ubicado a dos cuadras de la Casa Comunal (Calle Principal)</p> <p>Teléfonos: 062662176 / 0989921847</p> <p>Facebook: www.facebook.com/Hospedaje-Carmita</p> <p>Página Web: https://hospedajedecarmita.wordpress.com</p>	<p>HOSPEDAJE CARMITA</p>  <p><i>El Motivo para salir de tu Rutina</i></p>
--	--	--

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

CAPÍTULO VI

6.0. Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

Tabla N°35
Recursos

HUMANOS	NOMBRE
Investigador	Evelyn Armas
Lector	Lic. Carolina Tapia
Tutor	Lic. Gissella Paredes

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: En la Tabla se redacta los recursos que se utilizaron para la realización del Proyecto de Grado.

En el cual se ve que como Recursos Humanos encontramos al Investigador Evelyn Armas, el tutor la Licenciada Gissella Paredes y el lector la Licenciada Carolita Tapia.

6.02. Recursos Tecnológicos

Tabla N° 36
Recursos Tecnológicos

RECURSOS TECNOLÓGICOS
Cámara
Filmadora
Flash Memory
Computadora
Internet

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Dentro de los recursos tecnológicos se utilizó la cámara para poder tomar las fotos necesarias para subir en las redes sociales, la filmadora para hacer un video promocional que se observara en el YouTube, la Flash memory en donde se archivó todos las correcciones, y avances del proyecto, Computadora para poder hacer el proyecto de Marketing, Internet para poder realizar las investigaciones.

6.03. Presupuesto

Tabla N° 36

Presupuesto Elaboración de Tesis

CUADRO DE APLICACIÓN DE TESIS	
Copias / Encuestas	15,00
Impresión de borradores del Proyecto de Grado	10,00
Pasaje para visitar la Comunidad de Zuleta	21,00
Alimentación	15,00
Empastado	1,50
Anillado	2,00
CD	3,00
Impresión de Proyecto de grado	20,00
TOTAL	87,50

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: Dentro del cuadro de aplicación de tesis se observó que existió un gasto de 87,50 en donde está implantado todos los gastos que llevo realizar el proyecto de Grado para el título de Tecnólogo.

6.04 Presupuesto de la Aplicación de Tesis

Tabla N°38
Presupuesto de la Aplicación de la Tesis

CUADRO DE APLICACIÓN DE TESIS	
Creación de la Página Web	45.00
Elaboración de trípticos	94.00 por 1000
Elaboración de Flyers	62.00 por 1000
Elaboración de Video Promocional	40,00
Elaboración de logotipo que identifique el Hospedaje Carmita	20,00
Elaboración de slogan	10,00
TOTAL	271

Elaborado por: Evelyn Armas

Análisis: para poder promocionar el Hospedaje Carmita se creó varias técnicas, como creación de página Web, elaboración de trípticos que se observó un gasto de 271.

6.05 Cronograma

Tabla N°39

Cronograma

Meses		Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
Semanas		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	Presentación del Tema																								
2	Aprobación del Tema																								
3	Capítulo I																								
4	Capítulo II																								
5	Capítulo III																								
6	Capítulo IV																								
7	Capítulo V																								
8	Capítulo VI																								
9	Capítulo VII																								

CAPITULO VII

7.0. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- El Hospedaje Carmita no ha implementado anteriormente un Plan de Marketing que le permita incrementar la afluencia de Turistas.
- El Hospedaje Carmita ofrece mejores instalaciones, servicios y amplitud en la región, para satisfacer las necesidades de los Turistas.
- La Aplicación del Proyecto Plan de Marketing Turístico del Hospedaje Carmita se obtendrá como consecuencia el aumento del nivel promocional que posee en la actualidad y un incremento de la demanda.
- Se ha podido identificar que por la falta de promoción turista, acerca del Hospedaje, no existe ingreso de turistas Nacionales y Extranjeros, y por ende no existe ingresos económicos.

7.02. Recomendaciones

- Recomiendo al Hospedaje Carmita que exista la creación de más Habitaciones para que pueda ofrecer un mayor flujo de Turistas Nacionales y Extranjeros al Hospedaje Carmita
- Recomiendo al Hospedaje Carmita que adquiera equipos de ciclismo para que los turistas que lleguen al hospedaje y puedan usarlas y conocer la Comunidad.
- Se recomienda a los Turistas Nacionales y Extranjeros visitar las instalaciones del Hospedaje Carmita, en donde podrán realizar actividades dentro de la comunidad y degustar la gastronomía típica que brinda el Hospedaje Carmita.

BIBLIOGRAFIA

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica . (31 de 03 de 2015).
Obtenido de Ecuador 2015 Año de la calidad Turistica:
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-nombro-2015-ano-calidad-turistica.html>
- Caro, A. (20 de 09 de 2010). Matriz de Marco Lógico. Obtenido de Análisis de Alternativas: <http://es.scribd.com/doc/37811428/Matriz-de-Marco-Logico-Analisis-de-Alternativas#scribd>
- Comuna Zuleta. (03 de 08 de 2010). Obtenido de Reseña Historica:
<http://www.comunazuleta.com/historia.html>
- Definición. (05 de 05 de 2012). Obtenido de Definición de Marketing Mix:
<http://definicion.de/marketing-mix/>
- Defnicion. (2010). Recuperado el 16 de 05 de 2015, de definicion de turismo:
<http://definicion.de/turismo/>
- Erazo, B. (23 de 04 de 2014). Zuleta, Imbabura. Ibarra. Obtenido de Las Costumbres, Tradiciones del pueblo Indigena de Zuleta :
<http://zuletaibarra.blogspot.com/>
- Formulacion y Evaluación de Proyectos. (30 de 06 de 2011). Obtenido de Árbol de Objetivo: <https://formulacionyevaluacioncruno.wordpress.com/arb-ol-de-objetivos-eml/>

- García, E. A. (04 de 2014). Leyendas del Ecuador. Obtenido de Leyendas del Ecuador: <http://leyendasdeecuador.blogspot.com/>
- INEC. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Inuca, P. H. (2002). IMBAKUCHA. Quito: PUCE-Quito.
- Lema, T. (04 de 03 de 2015). El Norte. Recuperado el 16 de 04 de 2016, de Inauguraron via de San Pablo-Ugsha-Zuleta:
<http://elnorte.ec/otavalo/actualidad/55053-inauguraron-v%C3%ADa-san-pablo-ugsha-zuleta.html>
- Marketing Turístico. (08 de 26 de 2010). Obtenido de Concepto de Marketing Turístico: http://www.marketingturistico.com/?page_id=14
- Marketing XXI. (2016). Obtenido de Concepto de Investigación de Mercadeos: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- Mercadotecnia. (14 de 11 de 2011). Marketing Mix. Obtenido de las 9 P de Marketing Mix: <http://abi-mercadotecnia.blogspot.com/2011/11/las-9-p-de-la-mercadotecnia.html>
- Mercadotecnia. (29 de 07 de 2012). Recuperado el 17 de 04 de 2016, de Que es Marketing:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.marketingin>

tensivo.com/articulos-marketing/que-es-marketing.html&num=1&strip=1&vwsr=0

- Que es un Proyecto. (04 de 02 de 2011). Obtenido de Formulación del Proyecto: <http://queesproyecto.com/2011/02/04/formulacion-del-problema-primer-paso-para-realizar-el-proyecto/>
- Significados. (2013). Recuperado el 16 de 05 de 2015, de significados de desarrollo: <http://www.significados.com/desarrollo/#>
- Tipos de Turismo. (10 de 05 de 2011). Recuperado el 17 de 04 de 2016, de Que clase de turismo existen: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.blogitravel.com/2009/11/tipos-de-turismo-%25C2%25BFque-clases-de-turismo-existen/>
- Wigodski, J. (14 de 07 de 2010). Metodología de la Investigación. Obtenido de Población y Muestra: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Wigodski., J. (14 de 07 de 212). Metodologia de la Investigacion. Obtenido de Poblacion y Muestra: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

Anexo 1: Carta de Auspicio



Ingeniera
~~Evelyn~~ Mendosa
DIRECTORA DE ESCUELA
Presente.-
De mi Consideración

Reciba un cordial saludo y atento saludo de quienes conformamos el Hospedaje Carmita, deseándole el mejor de los éxitos en sus funciones diarias a usted encomendada.

Con el objetivo de certificar, que la señorita EVELYN LIZETH ARMAS CACUANGO, con número de cédula 171320970-5, de la carrera de ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA, se encuentra realizando su investigación acerca de su " PLAN DE MARKETING TURISTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS"

Por la favorable atención que se digno a dar a la presente le anticipo mi agradecimiento, me suscribo de usted.

Atentamente,

Carmen Colimba
Propietaria Hospedaje Carmita

Calle Principal a dos cuadras de la Casa Comunal. Telf. 2662175/0989921847. Zuleta-Imbabura

Anexo 2: Formato de Encuesta

ESCUELA DE ADMINISTRACION HOTELERA Y TURISTICA.

La presente encuesta tiene como objetivo realizar la recolección de información para conocer las necesidades, gustos y preferencias de los turistas, con fin de realizar una tesis de grado para la obtención del título en Administración de empresas Hoteleras y Turísticas

Por favor, seleccione una de las opciones de acuerdo a su criterio con una (x) las siguientes preguntas.

EDAD:

18 -20 25 – 35 36– 45 46 – 65 **GÉNERO:** Masculino Femenino

MOTIVACIÓN FRECUENTE DE VIAJE:

Negocios Recreación Salud Otros

1.- ¿Usted a que región prefiere viajar?

Costa Sierra Oriente/Amazonia Galápagos

2.- ¿Con que frecuencia usted realiza sus viajes?

1 vez al año 2 veces al año 3 veces al año 4 veces o más

3.- ¿Con quién suele realizar generalmente sus viajes?

Solo Pareja Familia Amigos

4.- ¿Usted ha oído noticias, reportajes o leído sobre la comunidad de Zuleta?

Sí No

5.- ¿Conoce usted la Comunidad de Zuleta en la parroquia de Angochagua en la Provincia de Imbabura?

Sí No

6.- ¿Conoce usted el hospedaje Carmita en la comunidad de Zuleta en la Parroquia de Angochagua en la Provincia de Imbabura?

Sí No

7.- ¿Le gustaría conocer la comunidad de Zuleta?

Sí No

8.- ¿Qué actividad le gustaría realizar dentro de la Comunidad de Zuleta?

Reserva del
del Cóndor Ciclismo de
montaña Camping Caminatas Visita del Museo
de Quesos

9.- ¿Le gustaría recibir información promocional turística a través del internet?

Sí No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3: Fotografías Hospedaje Carmita

Figura 21 Hospedaje



Figura 22 Gastronomía Típica



Figura 23. Comedor



Figura 24. Comedor al aire libre



Figura 25. Hospedaje Carmita



Figura 26. Dormitorio



PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.

Anexo 4: Cuadro de Costos

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL						
Cerveza	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
Bebida	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
Bebida	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
Bebida	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
Bebida	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
TOTAL PAIS									240.00
Adulcerante									
Azúcar	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
Azúcar	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
Azúcar	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
Azúcar	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	60.00
TOTAL Adulcerante									240.00

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO EN EL HOSPEDAJE CARMITA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA; PARA QUE CON LA AFLUENCIA DE TURISTAS A SUS INSTALACIONES EXISTA EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.