

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, 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.

José Luis Hinojosa Chango CC

172099772-3

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHO PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera Administración Turística y Hotelera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado: **El turismo y las manifestaciones culturales, plan de difusión del cantón Pujilí provincia de Cotopaxi**, 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 folleto con información del cantón Pujilí**, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminando 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 folleto con información del cantón Pujilí**, 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 folleto** para el desarrollo cognitivo por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual.

TERCERA: OBLIGACIÓN DE CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización **del folleto** para el desarrollo cognitivo del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de este, 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 sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo

establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento esta 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 reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 28 días del mes de Octubre del dos mil trece.

f) _____

f) _____

C.C. N° 1720997723

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos mis profesores que gracias a los conocimientos que me transmitían pude conocer muchísimo, a las personas que me brindaron la ayuda para realizar las prácticas pre profesionales, a mis compañeros a mis amigos que ellos fueron una parte importante en mi vida y me ayudaron a crecer como persona y conocer muchas cosas que no conocía.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres que gracias al esfuerzo que realizan día a día pude concluir con todos mis estudios, y poder dar un pequeño paso más en mi vida, para poder alcanzar todo lo que tengo propuesto para mi vida.

Titulo	pagina
DECLARATORIA	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHO PROPIEDAD INTELECTUAL	iii
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN EJECUTIVO	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPITULO I	1
1.0 ANTECEDENTES.....	1
1.01 CONTEXTO	1
Pujilí	2
EL ESCUDO	3
LA BANDERA.....	5
EL HIMNO.....	6
HIMNO A PUJILI.....	8
1.02 JUSTIFICACION.....	10
1.03 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	11
CAPITULO II	14
CAPITULO III	15
3.0 PROBLEMAS Y OBJETIVOS	15
3.01 Árbol de problemas	15
3.02 Árbol de objetivos	16
3.03 ANALISIS DE OBJETIVOS	17
CAPITULO IV	19
4.0 Análisis de alternativas	19
CAPITULO V	22
5.0 Antecedentes de la herramienta.....	22
Qué es el plan de marketing y para qué sirve el plan de marketing.....	22
El plan de marketing y el marketing mix	22
Veamos una por una las partes del marketing mix que inciden en el plan de marketing	23
5.01 DESCRIPCIÓN	27
5.02 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	27
EL TURISMO Y LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, PLAN DE DIFUCION DEL CANTON PUJIL	

CAPITULO VI.....	34
6.0 ASPECTOS ASMINISTRATIVOS	34
6.01 Recursos:	34
6.02 Presupuesto:	34
6.03 CRONOGRAMA.....	35
CAPITULO VII.....	37
7.0 Concusiones y recomendaciones	37
7.01 Conclusiones	37
7.02 RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS.....	38

RESUMEN EJECUTIVO

El Cantón Pujilí es un cantón muy rico en atractivos turísticos y culturales que no han sido explotados de una forma adecuada en este cantón no solo se ofrecen una diversidad de atractivos sino también se puede observar danzas en sus fiestas como el danzante de corpus Cristi, también podemos encontrar el santuario de la virgen de ISINCHE que no son muy conocidos por las personas que habitan ese lugar.

Esta investigación está realizada con la finalidad de crear un plan de difusión del cantón Pujilí, y que todas las personas conozcan una nueva alternativa para realizar turismo en la región sierra.

Se ha realizado una investigación de campo la cual nos ayudó a conocer los aspectos positivos y negativos que tiene el cantón para la difusión gracias.

Con ayuda de la encuesta también obtuvimos información necesaria que nos ayudó para saber con más precisión lo que la gente pide al visitar un atractivo turístico.

ABSTRACT

The Canton is a canton Pujilí very rich in cultural and tourist attractions that have not been exploited in an appropriate way in this county not only offer a variety of attractive but also can be seen dancing at their parties as the dancer of corpus Christi, also we find the shrine of the Virgin of Isinche that are not well known by the people who live there.

This research is conducted in order to create a dissemination plan Pujilí Canton, and that all people know a new alternative for mountain tourism in the region.

He has done field research which helped us to understand the positive and negative aspects is the canton thanks for spreading.

Using the survey also obtained information necessary to help us to know more precisely what people ask when visiting a tourist attraction.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país muy diverso, es el único país que tiene cuatro regiones naturales Costa, Sierra, Amazonia, Insular. En la majestuosa cordillera de los andes se encuentra la sierra ecuatoriana, es ahí donde surge una gran inquietud la mayoría de ecuatorianos no conocemos lo que tenemos en nuestro país y peor aún las tradiciones que tiene cada lugar. El cantón Pujilí está situado 12 Km, al Oeste de la ciudad de Latacunga, unido por una carretera asfaltada su población es de 69055 habitantes los cuales nos pueden ayudar a desarrollar el proyecto

La ciudad de Pujilí, se encuentra a 10 kilómetros al oeste de Latacunga, entre la cordillera Central y Oriental de los Andes, constituye uno de los atractivos turísticos más importantes de la provincia de Cotopaxi, representado en su rico folklore que encarna estampas tradicionales únicas.

CAPITULO I

1.0 ANTECEDENTES

1.01 CONTEXTO

En los presentes trabajos detallados a continuación vamos a encontrar información que será muy útil para poder desarrollar el proyecto, con esta información vamos a poder entender un poco más las necesidades que tienen en el cantón Pujilí.

Plan Estratégico De Desarrollo Turístico Para El Cantón Pujilí Provincia De Cotopaxi.

Se considera al turismo la actividad económica de mayor crecimiento a nivel mundial, generadora de oportunidades para los menos favorecidos, su dinamismo es posible gracias al desarrollo conjunto de diferentes servicios y productos lo que nos indica que no es una actividad aislada.

Pujilí es un cantón que posee muchos atractivos turísticos culturales y naturales, los mismos que deben ser manejados adecuadamente, basados en la sostenibilidad y respetando los reglamentos establecidos por diferentes organismos turísticos, buscando el crecimiento económico y reafirmando la identidad de los pobladores del cantón.

Plan De Marketing Turístico Para El Cantón Pujilí, Provincia De Cotopaxi

Con este proyecto vamos a poder identificar mejor las necesidades de los turistas y también de los pobladores del cantón Pujilí y así poder cumplir con el objetivo de plan de difusión.

EL TURISMO Y LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, PLAN DE DIFUSION DEL CANTON PUJIL

PROVINCIA DE COTOPAXI

Plan De Promoción Y Publicidad De Los Atractivos Naturales Y Culturales Del Cantón Saquisilí De La Provincia Del Cotopaxi.

El presente proyecto nos facilitara la información para saber cuáles son los atractivos menos conocidos y poder explotarlos.

Plan De Desarrollo, Turismo Alternativo Dentro Del Cantón Pedernales, Provincia De Manabí.

Con el presente proyecto vamos a observar nuevas opciones de turismo para salir de la monotonía de los turistas de solamente llegar a visitar un lugar con esto, el turista va a conocer a fondo el lugar visitado gracias a que con guías nativos va a interactuar mejor con el turista.

Pujilí

Historia del Cantón Pujilí

El Ayllu de Puxilí es el antecedente más remoto de estas tierras, época prehistórica en la que se forjaron las primeras manifestaciones somáticas, lingüísticas, culturales, políticas religiosas y sociales. Pujilí al igual que los páramos del occidente de la Cordillera de los Andes estuvo poblada por "aborígenes pansaleos", a quienes se los describe como personas dedicadas a las labores agrícolas, a la alfarería y al pastoreo del ganado. Se cosechaba cereales y frutos, debido a que estas tierras eran un bosque de clima templado, lleno de vida y favorable para la caza y la choza.

En el siglo XV Pujilí, al igual que el resto del territorio nacional enfrento la conquista de los Incas, afrontando los rigores, frustraciones e influencias de los

invasores; en la actualidad apellidos, así como las características de la cerámica evidencian el paso de los incas en esta geografía.

Durante el periodo de la Colonia el pueblo pujilense desarrolló la producción de especies vegetales y animales autóctonos, con ello hicieron posible el desarrollo de mitas, obrajes y batanes, el considerable grado de desarrollo humano, económico y social de este sector de la Real Audiencia de Quito, constituyeron meritos suficientes que basa para la fundación del ASIEN TO DOCTRINERO en el año de 1657 con el nombre de DOCTRINA del DR. SN. BUENAVENTURA DE PUXILI. Dentro del mismo periodo histórico le correspondió la categoría de VILLA conformada por innumerables asientos y jurisdicción de la ciudad administrada por el CABILDO.

Dentro del periodo republicano, a escasos veinte y dos años de la fundación de la Republica del Ecuador; Pujilí es distinguido y reconocido con la jerarquía de CANTÓN, el 14 de octubre de 1852; esta fecha se festeja año tras año y forma parte de la vida cívica de los pujilenses

EL ESCUDO

Cuando los habitantes de un pueblo recorren su trayectoria histórica, fundido sus sentimientos y aspiraciones en unidad de espíritu, forjando su porvenir en una comunidad de esfuerzos, entonces surge en su pueblo el Escudo, como emblema de su heroísmo pasado, su poderío actual y su grandeza futura.

Escarapela de sentimiento pujilense, insigne de una pujante raza, característica amalgamada de sus etnias y reverente blasón de un pueblo organizado, constituye el escudo cantonal, el mismo que fue adoptado por el Cabildo el 28 de mayo de 1945, presidido por el Señor Manuel Proaño, inspirado en los valores culturales y en la riqueza innegable de su suelo.

El Escudo de la muy noble e hidalga ciudad de San Buenaventura de Pujilí, constará de diseños a colores naturales, representado en un bosquejo cuadrangular de pie, cuya base inferior pierde su simetría en ángulos de media luna y confluye en una punta que persigue el geotropismo positivo.

En la parte alta tomando como línea de horizonte la base superior despunta en alborada el sol eterno de la comarca, derramando vividos rayos luminosos en significación de brillantez de la cultura ancestral.

El espacio comprendido en el cuadrangular, se divide en tres compartimentos, uno en la parte superior y dos en la parte media inferior con una división vertical que tienen en su orden fondos amarillos, azul y rojo tomados del Emblema Nacional.

En el primero y ocupando la parte central posa en alto relieve la vasija de barro, símbolo de nuestra alfarería, laboriosa industria de nuestros artistas para transformar la arcilla y dar forma, color y vida en objetos impresionantes trabajados con amor. En los dos recuadros inferiores constan: sobre fondo azul el cuarzo y sobre el fondo rojo la caliza, símbolos que representan nuestra riqueza minera, dios y guía de nuestros antepasados.

En la parte central inferior se abre ávido de enseñanza un libro que atestigua el avance cultural con temporáneo. Escoltando el blasón cuadrangular, yérguense dos espigas doradas que manifiestan la abundante riqueza agrícola.

Finalmente, en abrazo eterno de su historia, un lazo de cinta azul celeste se desplaza por los bordes inferiores conteniendo la inscripción "14 de Octubre de 1.852", fecha natalicia del Cantón.

LA BANDERA

La Bandera, es pues la más alta expresión del sentimiento y la conciencia individual y colectiva de cultura y civilización, como viva y palpitante expresión del alma, es la representación simbólica que adopta el hombre para encarnar en ella la agrupación a la cual pertenece, con sensibilidad cívica que se transparenta en la diáfana responsabilidad, en las sabias experiencias y renovadores anhelos de puros y generosos ideales de su pueblo.

Con ilustrado criterio, el Cabildo de ese entonces presidido por el Señor Kléber Limaico resuelve adoptar oficialmente la Bandera de Pujilí en Octubre de 1.947, para que sus hijos sientan orgullo al hacerlo, flamear en el pedestal más alto de la paz.

El manto sagrado de forma rectangular, será de 1.25 m en sentido horizontal y de 1 m en sentido vertical, de color blanco, producto del arremolinamiento de colores y matices, que al girar en espiral de progreso proyectan un haz de luz y pureza, aureola de las mentes y esencia de sus virtuosas mujeres, la nívea cima del Cotopaxi como expresión de belleza y arrogancia de las tierras pujilenses. Al centro y ocupando un espacio de 30 cm. en circunferencia, luce

grabado el Escudo Cantonal de la Hidalga Ciudad de San Buenaventura de Pujilí, que representa el heroísmo, la grandeza, honor y poderío de su pueblo, conjunto que irá asido al asta de color café con lanza estilo romano, pues representa el arma como fiel expresión de la ineludible firmeza que sus hijos empuñarán en defensa de su raza que jamás se doblegó ante el ambicioso embate de los conquistadores ibéricos. De la unión del asta con la lanza penden dos cordones entorchados a doble color que se deslizan formando un lazo que intuye la unidad férrea de sus parroquias, terminando en dos borlas que ocupan un espacio hasta el término medio de la Bandera, cordones que ostentan: el color amarillo que significa el tesoro inagotable de la riqueza mineral que guarda silenciosamente las entrañas de la tierra y los trigales en oro de sus vastos dominios transandinos, el color rojo que sintetiza la sangre de sus hijos derramada en holocausto supremo en las jornadas epopeyitas en procura de sus ideales de libertad.

EL HIMNO

Conteniendo la florescencia de ideas y sentimientos que viven y se agitan en los hombres, se consolidan y concretan en las estrofas del Himno a Pujilí, que fuere adoptado en Octubre de 1.952, siendo Presidente del Ilustre Concejo Municipal el Señor Manuel Rosalino Ruiz, cuyas notas fluyen ardorosas y espontáneas de los labios ciudadanos, cálida expresión de recuerdo para las glorias del ayer, no existiendo palabras más significativas que aquellas que se vierten en los versos musicales la intensa emoción de sus vidas, profetizando la valía de su estirpe, cimentando la fe en el porvenir, descubriendo la

añoranza de sus hijos que por el infinito amor a su terruño jamás quisieran alejarse de él.

Fue el Señor Don. Antonio Aristarco Jácome, educador y escritor que plasmó en el papel la inspiración del Himno a Pujilí, y artistas de renombre, con vastos conocimientos de expresión de amor, nacido de lo más profundo de su ser, equilibraron las notas en las cuerdas del pentagrama musical, reviviéndole de armonía y melodía la inspiración del insigne poeta pujilense.

El Sinchaguasín, eterna elevación desgastada por el tiempo, se ha convertido en el centinela perenne y accesible mirador, que alzado ante la magnificencia de su naturaleza ambiental, es la expresión física, legendaria que abre el corazón y la esperanza, de donde se puede apreciar, el majestuoso e histórico Torreón Municipal con sus resonantes campanas anunciadoras de paso del tiempo, la legendaria Iglesia matriz, sus pintorescos alrededores llenos de fe en su porvenir, es razón más que suficiente para que la Ilustre Municipalidad llena de optimismo y recuerdos imborrables escritos con rasgos indelebles de la gloria cantonal, haya incrustado en sus faldas el "ESCUDO", para hacer reconocer al infinito que es el símbolo máspreciado de una ciudad señorial.

HIMNO A PUJILI

CORO

En las rutas de nobles destinos,
cual oasis de paz y de gloria,
para lustre de toda la Historia
como siempre estarás, Pujilí.

ESTROFAS

Proclamado el augusto designio, con la
enseña de Buenaventura, ya tu nombre
surcando la altura su jornada cubierta triunfal.

Pujilí, hoy tus hombres te juran defender tu
decoro y tu fama, atizar de tu fe la gran llama
y vivir y luchar por tu honor.

! Oh! Bendito trabajo fecundo y el sudor que
regó tus llanuras, los afanes congojas,
ternuras que sellaron su siglo feliz!
Son tu prócera estirpe y blasones aliciente a tu
seno materno y es prolífico, sano y eterno
de tus hijos al grato surgir.

Precursor, Luis Fernando Vivero;
el varón de sapiente carrera,
magistrado doctor Pablo Herrera;
José Checa, Arzobispo cabal, y la
antorcha del foro, Luis Chávez, y
el árbol del pensil, casto lirio,
enlazado a la cruz del martirio,
nuestra Santa, Angelita Muñoz.

Yo venero el perfil de tus cumbres,
me embeleso en tus frondas y eriales
y al vaivén de tus densos trigales
van mis sueños cantando al pasar...

Pujilí, patria mía: quisiera para mi
alma un jirón de tu cielo, al morir, un
regazo en tu suelo y en tu dulce
añoranza un rincón.

Letra: Antonio Aristarco Jácome

Música: Luis Segovia Lema

Población del cantón Pujilí

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
Pujilí	ANGAMARCA	-	5,249	5,249
Pujilí	GUANGAJE	-	8,026	8,026
Pujilí	LA VICTORIA	-	3,016	3,016
Pujilí	PILALO	-	2,640	2,640
Pujilí	PUJILI	10,064	23,366	33,430
Pujilí	TINGO	-	4,051	4,051
Pujilí	ZUMBAHUA	-	12,643	12,643
Pujilí	Total	10,064	58,991	69,055

1.02 JUSTIFICACION

Ecuador es un país ubicado en el centro del mundo con una gran diversidad de flora y fauna, también es conocida como un país multiétnico y pluricultural con su gran cordillera que atraviesa el centro del país lo cual divide a nuestro en las regiones naturales que conocemos como la costa, sierra, oriente y la región insular.

La ciudad de Pujilí, se encuentra a 10 kilómetros al oeste de Latacunga, entre la cordillera Central y Oriental de los Andes, constituye uno de los atractivos turísticos más importantes de la provincia de Cotopaxi, representado en su rico folklore que encarna estampas tradicionales únicas.

Realizando charlas con la comunidad llegar a explicarles la importancia del turismo y como pueden obtener dinero por medio de esta actividad.

Toda la comunidad se va a beneficiar con este proyecto porque van a tener nuevas fuentes de trabajo.

1.03 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Ecuador es un país muy diverso, es el único país que tiene cuatro regiones naturales Costa, Sierra, Amazonia, Insular. En la majestuosa cordillera de los andes se encuentra la sierra ecuatoriana, es ahí donde surge una gran inquietud la mayoría de ecuatorianos no conocemos lo que tenemos en nuestro país y peor aún las tradiciones que tiene cada lugar. El cantón Pujilí está situado 12 Km, al Oeste de la ciudad de Latacunga, unido por una carretera asfaltada su población es de 69055 habitantes los cuales nos pueden ayudar a desarrollar el proyecto

La ciudad de Pujilí, se encuentra a 10 kilómetros al oeste de Latacunga, entre la cordillera Central y Oriental de los Andes, constituye uno de los atractivos turísticos más importantes de la provincia de Cotopaxi, representado en su rico folklore que encarna estampas tradicionales únicas.

“El Danzante, por ejemplo, es el personaje central de la celebración de Corpus Christi, que congrega a toda la población en el tradicional paseo procesional, en el que se combina la tradición, las creencias ancestrales y la religiosidad popular. El Danzante ha sido calificado como Patrimonio Cultural intangible de la Nación”.

También es conocida por su producción agrícola, ganadera y artesanal. Se caracteriza por su cerámica pintada y vidriada. Su iglesia Matriz es también parte de sus riquezas.

Cabecera

cantonal: Pujilí

Fecha de Cantonización: 14 de Octubre de 1852.

Fiestas más Importantes: Fiesta del Niño de Isinche: 25 de diciembre de cada año.

Actividades de las Fiestas: El mayor festejo en homenaje al Niño de Isinche es el 25 de diciembre, se realiza el "Pase del Niño", juegos pirotécnicos, misa. Allí no faltan las bandas de pueblo y los villancicos.

El cantón Pujilí está situado 12 Km, al Oeste de la ciudad de Latacunga, unido por una carretera asfaltada su población es de 69055 habitantes. Lamentablemente la falta de difusión de los atractivos, costumbres y tradiciones ha hecho que el turista no se interese por conocer este lugar, por lo que se propone realizar un programa de difusión de las tradiciones del cantón Pujilí, mediante charlas con los habitantes explicándoles la importancia del turismo para obtener más ingresos económicos y rescatar nuestra identidad.

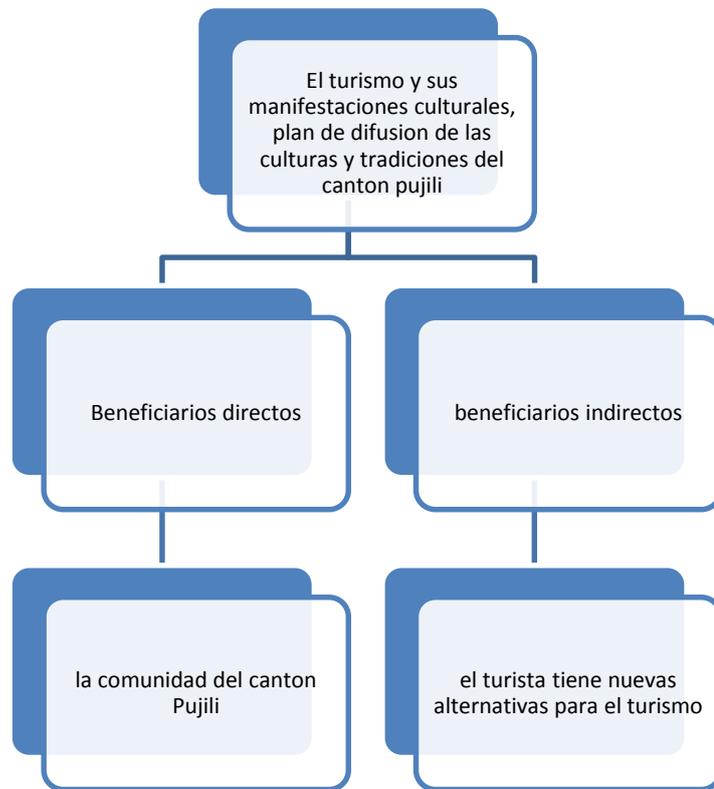
Ya que en este lugar no existen programas que permitan difundir los atributos turísticos del cantón como; la alfarería de la Victoria, el cerro del Sinchaguasin, el Santuario del niño de Isinche, estos atractivos no son conocidos por todos los habitantes de la población por lo que propongo con este proyecto hacer un plan de difusión para dar a conocer estos lugares turísticos y sus tradiciones del cantón Pujilí, con el presente trabajo vamos a encontrar la forma correcta

para poder dar a conocer el Cantón Pujilí y hacerle un lugar conocido por todos y una nueva alternativa para realizar turismo en la sierra ecuatoriana.

Por tal razón

¿Se lograra con este proyecto difundir las culturas y tradiciones del cantón Pujilí?

CAPITULO II



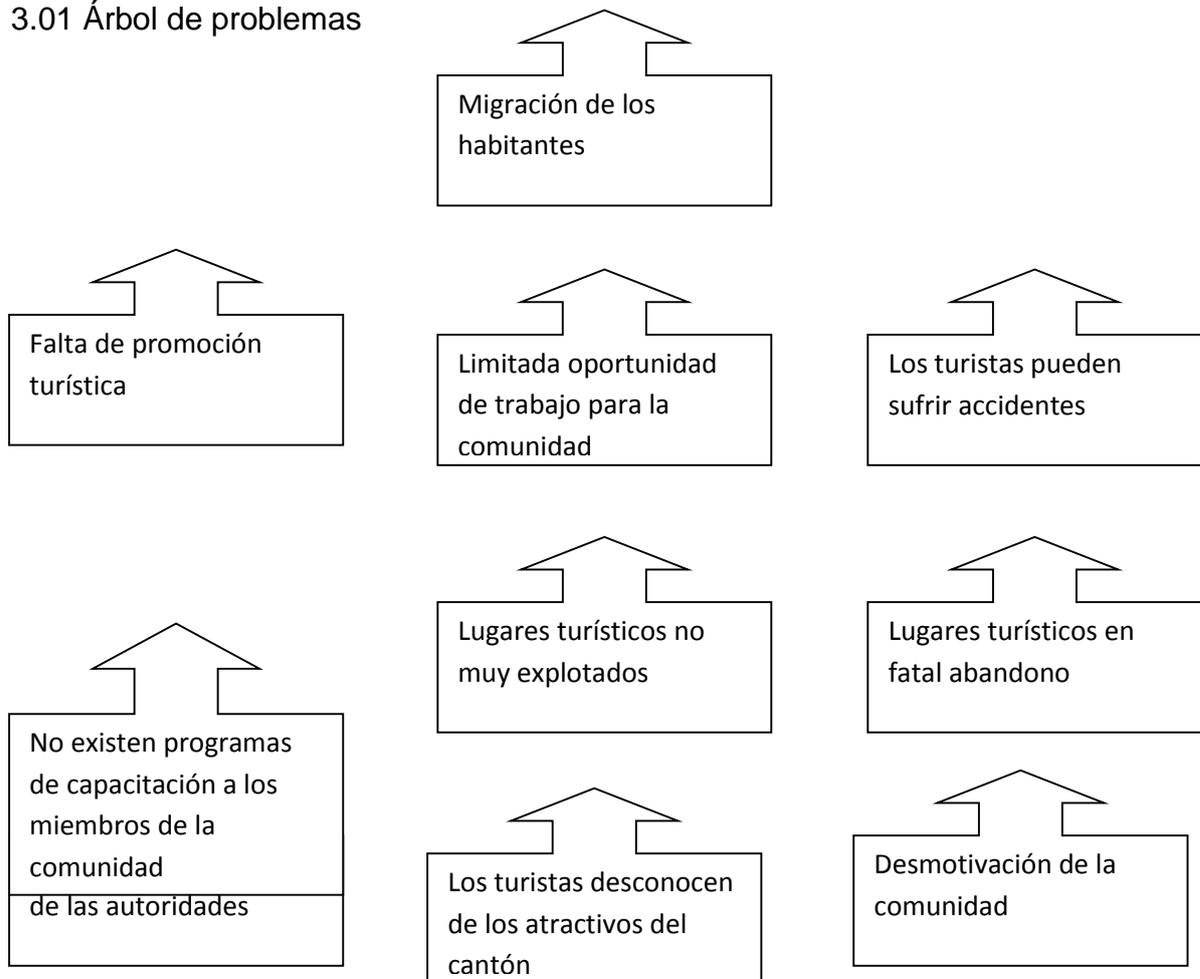
Elaborado por: José Luis Hinojosa

La comunidad del Cantón Pujilí serán los beneficiarios directos con este proyecto ya que van a tener ingresos económicos gracias al turismo y esto va a crear nuevas fuentes de trabajo para los habitantes de la comunidad. Con el plan de difusión voy a explicar primero a la comunidad como el turismo puede ayudar a cambiar su forma de vida, y en cambio el turista con esto va a tener nuevas opciones para realizar turismo en la sierra ecuatoriana, y no realizar los viajes que se realizan siempre a la costa con esto van a poder ahorrar un poco de dinero y distraerse al máximo con los atractivos del Cantón Pujilí.

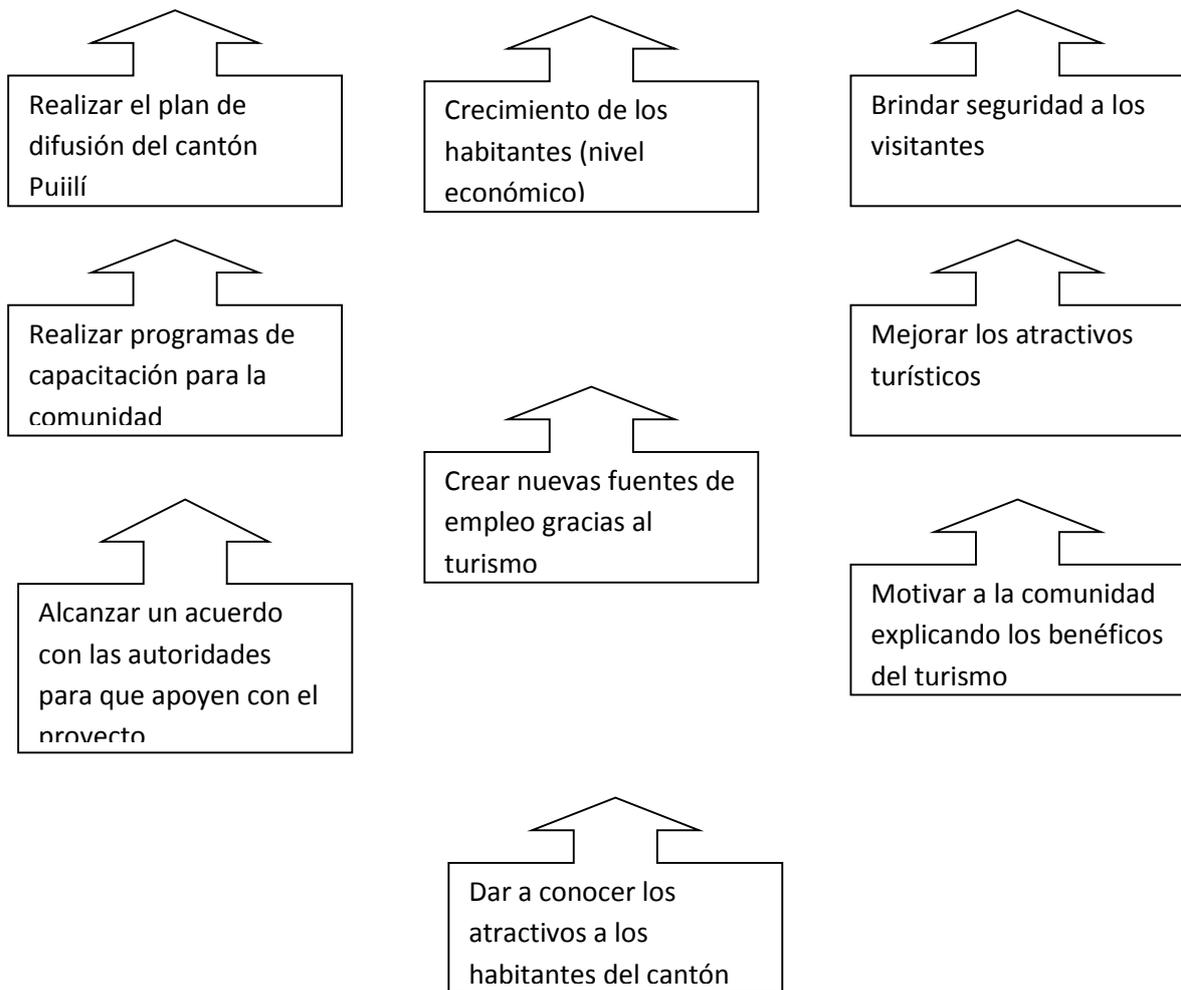
CAPITULO III

3.0 PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de problemas



3.02 Árbol de objetivos



3.03 ANALISIS DE OBJETIVOS

Para alcanzar el acuerdo con las autoridades vamos a presentar la propuesta del proyecto a las autoridades.

Al municipio le vamos a presentar el proyecto cuando ya esté realizado bien la propuesta para que nos puedan brindar el apoyo para poder impartir las capacitaciones a los habitantes de la comunidad.

Al ministerio de turismo para que nos pueda brindar información de los sitios menos visitados del cantón Pujilí con los cuales voy a trabajar más para poder promocionarlos en cuanto va progresando el proyecto.

Realizar un levantamiento de atractivos para ver cuáles son los lugares menos visitados del cantón y gracias a esto conocer los lugares en los cuales trabajar más en el proyecto y sacarle provecho a esos lugares no conocidos esto tenemos que realizar con la ayuda de la comunidad que nos expliquen cuales son las cosas que no están bien en los lugares turísticos.

Por medio de programas de capacitación motivar a la comunidad y explicar los beneficios del turismo eso se va a realizar con el apoyo del municipio del cantón esto vamos a estar realizando antes de terminar el proyecto para que la comunidad también aporte con el desarrollo del proyecto.

Mejorando los atractivos turísticos del lugar vamos a brindar seguridad a los turistas que nos visitan, brindando seguridad a los turistas van a quedar gustosos con los atractivos del cantón y van a comentar de esto con las personas que conocen y ahí ya nos ayudan a promocionar el cantón por medio de boca a boca

Con el plan de difusión que vamos a realizar crearemos nuevas fuentes de empleo y la comunidad del cantón va a tener más ingresos gracias al turismo y esto va a elevar el nivel económico de los habitantes de la comunidad y van a mejorar los lugares para que los turistas se sientan bien al visitar el cantón.



CAPITULO IV

4.0 Análisis de alternativas

Objetivos	Impacto propósito	Impacto técnico	Impacto financiero	Impacto social	Impacto político	total	
Difundir los atractivos turísticos del lugar.	Dar a conocer los atractivos más importantes	Mejorar la infraestructura del sitio	Crear fuentes de empleo	Mejorar el estilo de vida de la comunidad	Comprometer a las autoridades	18	Alta
Trabajar en conjunto con el gobierno del cantón, el municipio, el ministerio de turismo	Descubrir nuevos lugares turísticos	Nuevas alternativas de información	Ingreso económico al cantón	Comunidad capacitada	Apoyo de las autoridades	18	Alta
Promocionar los lugares menos conocidos del cantón	Brindar nuevos lugares a los turistas	Mejorar los espacios físicos	Brindar seguridad al turista	Intercambio de culturas	Convenios con el municipio del cantón y otras instituciones	19	Alta



					nes		
Generar más fuentes de empleo.	Mejorar el estilo de vida de los habitantes	nuevas alternativa de trabajo	Ingresos más rentables gracias al turismo	estabilidad de los ciudadanos	Mayor interés por parte de las autoridades en pro del proyecto	20	Alta
Dar a conocer a los turistas otras alternativas de turismo.	El turista tenga más actividades por realizar	Recreación para los turistas	Desarrollo de la economía del cantón	Rentabilidad laboral	Intervención de las autoridades	18	Alta

Con el impacto propósito vamos a conocer los atractivos más importantes, y con esto mejorando la infraestructura de los lugares con esto los habitantes del lugar van a tener nuevas fuentes de trabajo para realizar esto vamos a considerar a las autoridades.

En el impacto técnico se va a centrar en mejorar el espacio de los turistas para que tengan un mejor espacio para que se recreen y se distraigan al visitar el cantón.

El impacto financiero con ayuda de la gran mayoría del gobierno cantonal y las autoridades como el municipio y los ministerios, y para de esta manera ayudar a la comunidad en el nivel económico que mejore gracias al turismo

Con el impacto social se alcanzara crear nuevas fuentes de empleo, mejorar la economía del cantón, y gracias a esto el nivel de vida de los habitantes mejorara

En el impacto político con las estrategias de marketing y con ayuda del municipio del cantón se puede dar a conocer los atractivos turísticos menos explotados

CAPITULO V

5.0 Antecedentes de la herramienta

Qué es el plan de marketing y para qué sirve el plan de marketing

Redacción/ Una *definición de plan de marketing* básica es aquella que dice que el plan de marketing es un documento que forma parte de la documentación de la planificación estratégica de una empresa. El plan de marketing sirve para recoger los objetivos y estrategias, además de las acciones que van a ser necesarias realizar para conseguir éstos objetivos.

Aunque se trata de una más que correcta definición de plan de marketing, desglosaremos a continuación los diferentes aspectos que componen un plan de marketing y sobre los que las empresas deben tener especial atención, pues se trata de uno de los documentos más importantes, si cabe imprescindibles, para funcionar dentro de un orden estructurado.

El plan de marketing y el marketing mix

El plan de marketing es un documento maestro, adaptable a cada empresa en su definición e individual en su resultado, tratamiento y seguimiento. El plan de marketing está completamente unido al marketing mix y a la famosa teoría de las 4 P que corresponde a la adecuación de un producto por parte de una empresa para servirlo al mercado (personas) en base a unos parámetros (producto, precio, promoción y lugar; del inglés "product", "price", promotion" and "place").

Veamos una por una las partes del marketing mix que inciden en el plan de marketing

- **Product:** Hace referencia a la variable Producto que puede ser un consumible, un servicio, una noticia de un periódico, un alimento que se vende en un a frutería, etc. Una empresa es generadora de muchos productos que forman parte de un gran grupo que es el tipo de productos; de los que quizás en ese caso si solo tenga uno. Es decir, por ejemplo una empresa que venda sofás, el tipo de producto sería “sofas” y cada uno de ellos sería un producto.
- **Place:** Es el lugar físico o virtual en el que se venden los productos y que obligatoriamente genera un canal de distribución interno de entrada hasta el punto de ventas (por ejemplo desde un fabricantes, desde una central de compras...) y, en ocasiones hacia el exterior (hacia un minorista, venta directa...).
- **Promotion:** Actividades promocionales y de publicidad (marketing directo, publicidad directa, product placement...) que se realizan para estimular la demanda y conseguir ventas; uno de los objetivos casi siempre principales en un plan de marketing.
- **Price:** Precio marcado para el producto/servicio que busca una rentabilidad para la empresa adecuándose a la definición de marketing que nos dice que el “el marketing es una técnica o metodología que detecta una necesidad del consumidor y pone un producto en tiempo, manera y forma a su disposición a un coste asumible y adecuado con un beneficio económico (salvo casos excepcionales, como por ejemplo una ONG) para la empresa o ente que pone éste servicio en el mercado.

Cuando hablamos de precio, también hablamos de promociones, descuentos, pruebas gratuitas...y en definitiva de todos aquellos aspectos relacionados con costes económicos.

Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

Desglosando ésta respuesta en términos sencillos, diremos que la *publicidad*:

1. Es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance, es decir, que el mensaje llega al público objetivo mediante medios no personales pero masivos como la televisión, radio, periódicos, revistas, internet, gigantografías, volantes, entre otros. A diferencia de la venta personal, en la que una persona (el vendedor) entrevista, contacta o visita personalmente a cada cliente (uno por uno).
2. Es pagada por un patrocinador identificado, que puede ser una empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual.

3. Tiene por objetivo informar, persuadir y/o recordar. Por ejemplo, en el caso de un nuevo producto se puede utilizar la publicidad para informar al público objetivo la existencia de ese producto, sus beneficios, ventajas, dónde adquirirlo, etc... En el caso de un producto con cierto tiempo en el mercado y que es ya conocido por el público objetivo se puede utilizar la publicidad para persuadir a que éste realice compras repetitivas del producto. Finalmente, si el producto es conocido y es adquirido por el público objetivo, se podría que utilizar la publicidad para recordar o mantener viva la imagen de marca.

4. Se puede utilizar para promover tanto productos tangibles como servicios, lugares, ideas, proyectos, personas (políticos). Por tanto, se puede utilizar la publicidad para atraer tanto a compradores como a usuarios, seguidores, espectadores, votantes, etc.

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS EN EL DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD

El largo recorrido de la publicidad se ha mirado demasiadas veces de forma superficial. La suya no es sólo una historia de anuncios, sino de personas y empresas o, mejor dicho, de acciones emprendidas por personas que buscaban disponer de una forma de comunicación que sirviera para dar a conocer lo que ofrecían a su comunidad y, si fuera necesario, para persuadir sobre ello. Su contexto principal es el mercado, que siempre parece facilitar todo lo que está en él, traduciéndolo a cifras y dinero, pero esta actividad, como otras especialmente unidas al consumo, puede observarse desde miradas muy distintas. Nuestro punto de vista es que la publicidad está unida a la historia, está presente como resultado de la evolución económica, comercial, técnica y financiera e, inevitablemente, a lo que va ocurriendo en lo social, ideológico y cultural.

Las bases que soportan el desarrollo de la publicidad son:

- El aumento de la producción, que plantea la necesidad de activar la demanda y de diferenciar y hacer valer los productos.
- El desarrollo de los medios de comunicación, que hacen posible la difusión masiva de los mensajes.
- La lucha por el derecho a la libertad de expresión, en la que tiene gran valor la pluralidad de medios informativos.
- La configuración de la profesión publicitaria, que debe crear las estructuras necesarias y desarrollar las técnicas que permitan mejorar el proceso de creación y difusión de las campañas y, con ello, asegurar al máximo el logro de los objetivos de los anunciantes.

El desarrollo económico plantea cuatro hechos que, en un momento determinado de la historia, ocurren por vez primera:

- El aumento de movimiento de compra-venta, hasta entonces limitado por condiciones de todo tipo.
- La diversificación de productos y servicios, que permite a consumidores y clientes elegir entre opciones distintas.
- El crecimiento de la competencia, que aumenta en función del desarrollo económico general y de las nuevas posibilidades de producción y comercio
- El excedente de productos, que da la vuelta a la mentalidad de los fabricantes, hasta entonces sólo pendientes de su capacidad de producción.

5.01 DESCRIPCIÓN

Para realizar el plan de difusión se realizara un volante con una información reducida del cantón Pujilí explicando la ubicación de los atractivos y como llegar a cada uno de ellos

Se describirá cada atractivo con su respectiva imagen que llame la atención del turista y que nos pueda visitar.

5.02 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

En la investigación del mercado se realizó una encuesta saliendo los siguientes resultados.

Encuesta

La siguiente encuesta ha sido realizada para conocer su opinión acerca del Cantón

Pujilí y los atractivos turísticos que le pertenecen.

Por favor, subraye según corresponda, eligiendo una sola alternativa:

1. ¿conoce o ha escuchado sobre el cantón Pujilí?

Si 60% No 40%

2. ¿Qué buscaría al visitar Pujilí?

Tranquilidad 60% Distracción Naturaleza 20% Deporte

Cultura Aventura 10% Artesanías 10%

3.- ¿A través de que medio a de este destino turístico?

Agencia de Viajes 10% Prensa 20% Televisión

Amigos Familia Internet 70%

4.- Señale los atractivos turísticos del Cantón que ha visitado.

Laguna del Quilotoa 70% Iglesia Matriz de Pujilí 15%

Mercado indígena de Pujilí Mercado indígena Zumbahua

Cerró Sinchahuasín Fiesta del Corpus Christi 15%

EL TURISMO Y LAS MANIFESTACIONES CULTURALES, PLAN DE DIFUSION DEL CANTON PUJIL

PROVINCIA DE COTOPAXI

Santuario del Niño de Isinche La Victoria

5.-Con qué frecuencia usted sale de viaje?

Siempre 40% frecuentemente 60% nunca

6.-Cuándo sale de viaje con quien suele salir?

Amigos 70% familia 20% solo 10% otros

7.- En sus viajes a donde prefiere dirigirse?

Costa 60% sierra 10% amazonia 30%

8.- cuando prefiere salir de viaje

Feriados 50% fin de semana 30% entre semana 10%
fin de mes 10%

9.- para llegar a un lugar turístico que le gustaría encontrar

Vías en buen estado 15% señalética del lugar 5% atractivos bien
cuidados 80%

10. ¿Cree usted, que es necesario que el Cantón Pujilí, debería ser conocido por turistas nacionales y extranjeros?

SI 80% NO 20%

Realizada las 123 encuestas a un grupo determinado de la población de Pichincha pudimos obtener estos resultados que nos van a ayudar a desarrollar el proyecto sabiendo que es lo que busca la población.

De las 123 personas encuestadas el 60% conoce el cantón Pujilí y el 40% restante no lo conoce por lo que difundir el cantón si es un buen proyecto porque no todas las personas conocen sobre el sector.

La gran mayoría de las personas en su viaje buscan tranquilidad acompañados de la naturaleza.

El mejor medio para difundir el proyecto sería el internet seguido de la prensa.

De los atractivos que tiene el cantón Pujilí las personas desconocen de la gran mayoría de ellos por lo que eso nos ayuda a ver cuáles son los lugares menos visitados para dar a conocer a las personas.

Lo que la mayoría de personas busca al visitar un lugar es que los atractivos en buen estado para poder disfrutarlos al máximo.

COMPETENCIAS

Las competencias que tiene el cantón Pujilí

El parque nacional Cotopaxi

El Parque Nacional Cotopaxi es un área protegida de Ecuador situada en el límite de las provincias de Pichincha y de Cotopaxi en Ecuador, y que incluye

en su espacio al nevado Cotopaxi. Fue el primer parque nacional en ser creado en el territorio continental del Ecuador y el segundo del país.

Su ecosistema alberga varias especies arborícolas, sobre todo de pinos, lo que convierte al lugar en un pinífero sudamericano, como todo bosque andino las especies de cipreses, pinos, abetos y fresnos es indispensable.

Latacunga

Latacunga, se encuentra a 2.850 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 12°C, encierra en su territorio a la capital de la provincia, Latacunga, cuya fundación española fue realizada por el primer Encomendero en 1534, con el nombre de Asiento de San Vicente Mártir de Latacunga. En 1539, Gonzalo Pizarro, aumentó el número de pobladores y finalmente la fundación definitiva y oficial la efectuó el Capitán Antonio Clavijo en 1584, con el título de Corregimiento, en el cual habitaban 30.000 indígenas y 30 españoles hombres. Luego el 11 de noviembre de 1811 es elevado a la categoría de villa.

Salcedo

El cantón Salcedo es una entidad territorial subnacional ecuatoriana, de la Provincia de Cotopaxi. Su cabecera cantonal es la ciudad de Salcedo, lugar donde se agrupa gran parte de su población total. Se cantonizó el 19 de septiembre de 1919. Su nombre es en honor al orador Manuel Antonio Salcedo y Legorburú, sacerdote.

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (Siise), la pobreza por necesidades básicas insatisfechas alcanza al 87,8% de la población total del cantón. La población económicamente activa se estima en 22.181 habitantes (2001). Tierra de Panzaleos, pueblo indomable y sanguinario que por muchos años detuvo la invasión de Tupac-Yupanqui hacia el Reino de Quito, dirigidos por Pillahuasu, a la vez de este los incas lograron su objetivo dirigidos por Huina-Capac, que lo consolidan con una serie de matrimonios entre ellos el de Hati un familiar cercano del inca Huina-Capac con Shuasanguil hija del jefe Pillahuasu.

En 1573 fue fundada como San Miguel de Molleambato; tuvieron que transcurrir 343 años para que se expida el Decreto de creación del Cantón el 19 de Septiembre de 1919 en la administración del Dr. Alfredo Baquerizo Moreno, con el nombre de San Miguel de Salcedo en honor al Príncipe San Miguel

Ambato

Ambato está ubicado a 128 Km. al Sur de Quito, rodeada de hermosos volcanes y nevados, cuenta con un clima primaveral durante todo el año.

La temperatura media es de 14,5°C. La actividad comercial de la ciudad se acentúa en la feria de los días lunes en que plazas, mercados y calles se ven

inundados de productos provenientes de otras regiones de la provincia y del resto del país.

La ciudad es el centro de comercialización de los productos agrarios de la región circundante y cuenta con algunas industrias alimenticias, textiles y madereras. Su producción industrial se basa en los textiles, flores, conservas de frutas, artículos de piel, caucho, vino y muebles.

La ciudad le ofrece increíbles lugares turísticos, con bellos paisajes; sitios culturales y tradicionales. El turista puede encontrar en esta hermosa ciudad la tranquilidad provinciana y el movimiento del modernismo, confundidos en una expresión ecléctica de contenido y forma.

La ciudad de Ambato cuenta con lugares de importancia histórica, monumentos y parajes conservados cuidadosamente, entre los más importantes encontramos: Atocha y Ficoa.

Descripción de la herramienta

Para difundir el proyecto se realizara un volante que será entregado con la ayuda del municipio del cantón Pujilí, a mas del internet considerado un medio de comunicación masivo.

CAPITULO VI

6.0 ASPECTOS ASMINISTRATIVOS

6.01 Recursos:

- Investigador
- Encuestador
- Autoridades
- Comunidad
- Turistas
- Tutor
- Lector

6.02 Presupuesto:

Rubros	Costo total
Impresiones de entrega de cada capítulo del proyecto.	15,00
Copias	7,00
Resma de papel	5,00
Empastados	30,00
Internet	30,00
Cd	15,00
Movilización	50,00
Alimentación	30,00
Total	182,00

6.03 CRONOGRAMA

Actividades	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Presentación tema			x																	
Aprobación del tema					x															
Asignación tutor									x											
Desarrollo cap. I y II													x							
Corrección capítulos															x					
Desarrollo cap.III y IV																			x	
Corrección capítulos																				x

Actividades	Septiembre				Octubre			
Desarrollo del capítulo V y VI	x							
Presentación para corrección		x						
Presentación de borrador para tutor				x				
Presentación completa tesis (lector)					x			
Seminario de Graduación						x		
Entrega de Empastado								
Sustentación de la tesis							x	

CAPITULO VII

7.0 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

Con la realización del proyecto se llegó a la conclusión que el cantón Pujilí es un lugar con muchos lugares turísticos que aún no son muy conocidos por todas las personas del Ecuador

La actividad turística en este cantón es muy amplia por lo que el turista va a tener muchas opciones al momento de visitar el cantón.

La acogida de los turistas es muy baja por lo que no conocen sobre el cantón por eso el plan de difusión es una buena opción para dar a conocer el cantón.

7.02 RECOMENDACIONES

Se recomienda a las autoridades del cantón que apoyen a los proyectos turísticos que existen en el lugar para lograr así, que la afluencia de turistas aumente y apoye al desarrollo socioeconómico de los pobladores del cantón.

A las personas que están a cargo de los lugares turísticos los mantengan de una buena forma para que los turistas al momento de visitar se lleven una buena impresión y regresen al mismo lugar.

Crear conciencia en los turistas para que ellos nos ayuden a mantener los lugares turísticos intactos para poder explotarlos de una manera que beneficie a todas las personas

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xpk5zWpTpCQJ:186.5.26.141/bitstream/123456789/224/1/TESIS.pdf+PROGRAMA+DE+DIFUSION+DE+LAS+CU+LTURAS+Y+TRADICIONES+CANTON+PUJILI&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

<http://dspace.uniandesonline.edu.ec/bitstream/123456789/415/1/Tesis%20Uniandes.pdf>

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8387/1/37483_1.pdf

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8509/1/33551_1.pdf

<http://www.angelfire.com/magic/rosacarrillo/turismo.html> 21:12 concepto de turismo

<http://www.taringa.net/posts/turismo/2081563/Historia-del-turismo-importancia-del-turismo.html>

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8692/1/35876_1.pdf