



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**Tema: CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA SOBRE LA
ELABORACIÓN DEL QUESO EN LA SIERRA NORTE, PROVINCIA DE
IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR ESTA ACTIVIDAD.**

Proyecto de Investigación previo a la obtención de Título de Tecnólogo en

Administración Turística y Hotelera

Autor: Fanny Marisol Durán Llamuca

Tutor: Lcda. Ximena Almeida

Quito, Octubre 2015

ACTA APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO



TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"



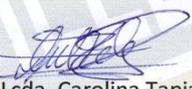
FORMULARIO 005 ACTA DE APROBACIÓN FINAL DE PROYECTOS
Dirección de Proyectos

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

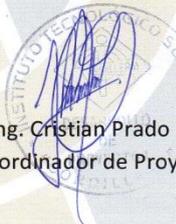
Quito, 20 de octubre del 2015

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) DURAN LLAMUCA FANNY MARISOL, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA SOBRE LA ELABORACIÓN DEL QUESO EN LA SIERRA NORTE, PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR ESTA ACTIVIDAD.", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


Lcda. Ximena Almeida
Tutor del Proyecto


Lcda. Carolina Tapia
Lector del Proyecto


Ing. Eriktzia Mendoza
Director de Escuela


Ing. Cristian Prado
Coordinador de Proyectos

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

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

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

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

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA SOBRE LA ELABORACIÓN DEL QUESO EN LA SIERRA NORTE, PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR ESTA ACTIVIDAD.

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera administración turística y hotelera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo administración turística y hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA SOBRE LA ELABORACIÓN DEL QUESO EN LA SIERRA NORTE, PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR ESTA ACTIVIDAD"** el cual incluye la creación y desarrollo un ruta 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 la guía, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la guía en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar la guía por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La distribución pública de ejemplares o copias; b) Cualquier transformación o modificación; c) La protección y registro en el IEPI de la guía a nombre del Cesionario; d) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, elaboración de una guía turística que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la guía a favor del Cesionario.

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este

procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 19 días del mes de Octubre del dos mil quince.

f) _____

C.C. N° 1714483748

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

DECLARATORIA

Yo Fanny Marisol Durán Llamuca, alumna de la escuela Administración Turística y Hotelera declaro que el presente trabajo de investigación es original, auténtico y personal, es el resultado del estudio realizado por el investigador, se han citado las diferentes fuentes correspondientes, las ideas, criterios conclusiones son de mi absoluta responsabilidad.

Fanny Marisol Durán Llamuca

1714483748

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a mi familia especialmente a mi madre Nelly por creer y confiar, gracias a sus enseñanzas ya que para mí ella ha sido pilar fundamental en mi carrera, siendo el soporte moral y económico que necesite, para empezar mis estudios, a mis hermanos, a mi sobrina Kimberly por su paciencia y ayuda, a mi esposo por su aguante, a Ing. Frikzia Mendoza por su apoyo, a todos gracias porque he logrado terminar una de mis metas.

INDICE GENERAL

ACTA APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO	i
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	ii
DECLARATORIA.....	v
DEDICATORIA	vi
INDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I.....	1
1.0 Antecedentes	1
1.01 Contexto.....	3
1.01.01 Turismo	4
1.01.02 Turismo comunitario	4
1.01.03 Rutas turísticas	5
1.01.04 Invasión Española.....	5
1.01.05 La Independencia.....	6
1.01.06 Provincia de Imbabura.....	6
1.01.07 Creación de la Provincia	7



1.01.08 Historia del Queso	7
1.01.09 Historia del queso en el Ecuador y provincia de Imbabura.....	10
1.01.10 Queso	10
1.01.11 Importancia del Queso	11
1.01.12 Variedades de quesos en el Ecuador	12
1.2 Justificación	13
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T).....	14
CAPÍTULO II.....	17
2.01 Mapeo de involucrados	17
2.02 Matriz de Análisis de involucrados	19
CAPÍTULO III.....	21
3.01 Árbol del Problema.....	21
CAPÍTULO IV	25
4.0 Análisis de alternativas	25
4.01 Matriz de análisis de alternativas.....	25
4.02. Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos	28
4.03 Diagrama de Estrategias	31
4.04 Matriz de Marco Lógico	32
CAPÍTULO V.....	33
5.0 Propuesta.....	33
5.01 Antecedentes	33
5.01.01. Promoción turística:.....	33
5.01.02. Estrategias de promoción:	33



5.01.03. Ruta turística:	34
5.01.04. Ruta Gastronómica	34
5.01.05 Elaboración artesanal.....	35
5.01.06 Guión	35
5.01.07 Itinerario.....	35
5.01.08 Mapa Ruta del Queso.....	36
5.01.09 INVENTARIO DE RECURSOS ATRACTIVOS TURISTICOS NATURALES Y CULTURALES.	37
5.01.10 INVENTARIO DE PLANTA	40
5.01.11 FÁBRICAS DE QUESOS	41
5.01.12 Nombre de la ruta: DESCUBRIENDO NUEVOS SABORES	42
5.01.13 COSTO DEL PAQUETE (Pax 20).....	43
5.01.14 Análisis FODA	44
5.01.15 Investigación de Mercado	44
5.01.16 Investigación Exploratoria	45
5.01.17. Instrumentos de Investigación, La Encuesta	46
5.01.18. La entrevista	46
5.01.19. Entrevista individual	47
5.01.20 Población y Muestra	47
5.01.21 Análisis de la Información	49
5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)	50
5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	51
5.03.01 Dípticos	52



CAPÍTULO VI	64
6.01 Aspectos Administrativos	64
6.01.02 Recursos Humanos	64
6.01.03 Recursos Materiales	64
6.02 Presupuesto	65
6.03 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	66
CAPÍTULO VII	67
7.01 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
7.01 Conclusiones	67
7.02 Recomendaciones	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	69
ANEXOS	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1.....	17
Figura N°2.....	21
Figura N° 3.....	24
Figura N°4.....	31
Figura N°5.....	36
Figura N° 6.....	52
Figura N°7.....	53
Figura N°8.....	54
Figura N° 9.....	55
Figura N° 10.....	56
Figura N°11.....	57
Figura N° 12.....	58
Figura N°13.....	59
Figura N° 14.....	60
Figura N° 15.....	61
Figura N°16.....	62
Figura N° 17	63
Figura N° 18.....	74
Figura N° 19.....	74
Figura N° 20.....	75
Figura N°21.....	75
Figura N° 22.....	76
Figura N° 23.....	76
Figura N° 24.....	77
Figura N° 25.....	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	14
Tabla N° 2	15
Tabla N° 3	19
Tabla N°4	25
Tabla N° 5	26
Tabla N.6.....	28
Tabla N° 7	32
Tabla N° 8	37
Tabla N°9	40
Tabla N°10.....	40
Tabla N°11	41
Tabla N°12.....	43
Tabla N° 13.....	44
Tabla N° 14.....	54
Tabla N° 15.....	55
Tabla N° 16.....	56
Tabla N° 17	57
Tabla N° 18.....	58
Tabla N° 19.....	59
Tabla N° 20.....	60
Tabla N°21	61
Tabla N° 22.....	62
Tabla N° 23.....	63
Tabla N° 24.....	65
Tabla N° 25.....	66

RESUMEN EJECUTIVO

Imbabura es una provincia que pertenece a Quito, es un lugar turístico con diversidades de atractivos, algunos de ellos por su maravillosa naturaleza, su cultura y la gente que habita en esta provincia.

El trabajo artesanal es de gran calidad sobre todo en la elaboración del queso. Existe mucha pluralidad de los tradicionales quesos que dará placer comerlos por su gran sabor. Asimismo podemos encontrar estos quesos en muchas haciendas especializadas donde se podrá ver el proceso que realizan para la elaboración

Además de la deliciosa comida que nos ofrece, tiene una diversidad de lugares turísticos como la Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas, ambientes lacustres que existe en esta provincia de Imbabura, el valle de Chota, la cascada de Peguche, sus lagos y lagunas, sus grupos étnicos, y como olvidar su deliciosa gastronomía, también se puede encontrar una gran diversidad de artesanías, telares bordados a mano, madera tallada en San Antonio de Ibarra que en ocasiones llegan hasta el extranjero.

ABSTRACT

Imbabura is a province of Quito it, is a tourist destination with diversity of attractions, some of them for their wonderful nature, culture and the people who live in this province.

The workmanship is of great quality especially the cheese. There is a lot plurality of traditional cheeses will delight eat for their great taste. We can also find these cheese in many specialized farms where you can see the process performed for the preparation

Besides the delicious food is offered, it has a variety of tourist attractions such as the Ecological Reserve Cotacachi - Cayapas, lacustrine environments that exist in the province of Imbabura, Chota Valley, Peguche waterfall, lakes and lagoons, its groups ethnic, and its delicious cuisine, you can also find a wide variety of crafts, embroidery hand looms, carved in San Antonio de Ibarra wich sometimes are exported abroad.

INTRODUCCIÓN

El actual trabajo de investigación se centra en la provincia de Imbabura ubicada en Ecuador, con el objetivo de que dicha demarcación sea reconocida nacionalmente e internacionalmente. Este fin se dará gracias a que el lugar que observamos es un gran atractivo turístico por su clima diverso, sus aptitudes en la naturaleza que será ideal para caminata, senderismo, ciclismo u otras actividades que se pueda realizar.

Muchas capacidades posee Imbabura aparte de las ya mencionadas, y en el presente escrito se los dará a conocer. Dicho artículo consta de siete capítulos donde se explicará minuciosamente aspectos relacionados con esta provincia para dar a entender lo especial de ésta. El primer capítulo expone progresivamente los antecedentes, el contexto, la justificación y el problema central de la comunidad. El segundo apartado revela el análisis de involucrados, el mapeo y finalmente la matriz de análisis de involucrados. La tercera sección describe los problemas y objetivos, y anexo a este tema interviene el árbol de problemas y árbol de objetivos. La cuarta división declara el análisis de alternativas, donde se enfatiza la matriz de análisis de alternativas, la matriz de impactos de los objetivos, los diagramas de estrategias y la matriz de marco lógico. El quinto capítulo informa sobre la propuesta combinada con los antecedentes de la herramienta, la investigación de mercados, la población y muestra, los instrumentos de investigación. En el sexto capítulo constan los aspectos administrativos, se recalca sobre los recursos, el presupuesto y el cronograma de actividades. Se clausura este informe con el séptimo capítulo donde se expone las conclusiones y recomendaciones adquiridas al haber analizado todo el trabajo de investigación

CAPÍTULO I

1.0 Antecedentes

Tema: Creación de una Ruta Turística sobre la elaboración del queso en la sierra norte, provincia de Imbabura con la finalidad de difundir esta actividad.

Título: Ecuador

Autor: La guía de Geografía

Año de edición: 2007

Conclusión: Esta investigación se utilizó para incluir información general de la historia del Ecuador.

Título: Operación Turística

Autor: Leonardo Alvear

Año de edición: 2007

Conclusión: De este proyecto se tomó conceptos de turismo y otros antecedentes que fueron de mucha ayuda para la realización de este proyecto.

Título: Proyecto de Factibilidad

Autor: Ing. Mario Pozo

Año de edición: 20015

Conclusión: Este libro ha ayudado en la investigación de tabulación de muestra y población.

Título: Ecuador sus islas Galápagos

Autor: Samana

Año: 2010

Conclusión: Del Análisis de este libro tomaremos la historia del Ecuador y atractivos de su Provincia, Imbabura.

Título: Atlas del Ecuador

Autor: Lcda. Idelfonso Guamán Pérez

Año: 2010

Conclusión: De este libro se tomará aspectos importantes del Ecuador, como su historia, raíces, etc.

1.01 Contexto.

La República de Ecuador es un país que se encuentra situado al noroeste de Sudamérica, en la costa de Pacífico y sobre la línea del Ecuador. Limita al sur y al este con Perú, al norte con Colombia, y al oeste con el océano Pacífico. Es un país andino con gran número de volcanes activos. Posee el archipiélago de las Galápagos, también llamado (archipiélago de Colón) situado a unos 1.000 km al oeste del continente. Tiene una superficie de 283.520 km², sus costas miden 2.237 km, y sus fronteras 2.010 km. El idioma oficial es el español, además de los idiomas precolombinos quichua, shuar que son oficiales para sus respectivos pueblos indígenas. La moneda es el dólar estadounidense desde el 9 de septiembre del 2000, antes fue el sucre. El huso horario es UTC-5. Su capital es Quito.

Ecuador es un país con mucha riqueza cultural, natural y arqueológica. Ha tenido, durante el siglo XX, una historia confusa, que ha condicionado su geografía porque tuvo una larga etapa de gobiernos liberales que no dejaron de ser inestables con continuos golpes de Estado y conflictos sociales. En 1941 se llegó a la guerra abierta con Perú, por una disputa territorial en la región amazónica, que concluyó con el Protocolo de Río de Janeiro, en 1942, con la pérdida de grandes extensiones en la Amazonía. Se abre, entonces, un período de relativa estabilidad, hasta que en la década de 1960 el intervencionismo de los Estados Unidos, provoca un golpe de Estado entre 1963 y 1966, y asume el gobierno una junta militar. Comienza, así, otro período de convulsión política y social, mucho más violento. En 1972 los militares vuelven a asumir el poder,

por medio de un golpe de Estado que no precisó de la fuerza. La situación se estabilizó y en 1978 se celebró un referéndum para el retorno a la democracia con una nueva constitución. Desde entonces la política ecuatoriana se ha estabilizado, aunque persisten ciertos conflictos sociales.

Su constitución define la República del Ecuador como un «Estado unitario y democrático organizado bajo el principio de la separación de poderes o funciones». (Guía de Geografía, 2007, pág. 5).

1.01.01 Turismo

Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. (Sernatur, 2008/07, pág. 12)

1.01.02 Turismo comunitario

El turismo comunitario es una nueva modalidad turística que se está desarrollando en la región andina de Latinoamérica como alternativa al turismo tradicional. Esta tipología turística permite la conservación del medio ambiente y la participación de la comunidad local en la gestión turística del territorio. (Pastor Jaime Vicente & Jurado Casa Cristina & Domingo Soler Amparo, 2011/01, pág. 7).

1.01.03 Rutas turísticas

La “Ruta Turística” puede ser definida como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Representa el producto básico del turismo rural estructurado y constituye una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma integrada o parcialmente. (Dts consultores, 2007/03, pág. 12)

1.01.04 Invasión Española

Establecido pero no consolidado el Tahuantinsuyo, la sorpresiva llegada de un pueblo extraño, el español, produjo la ruptura total de la evolución paulatina que vivían los pueblos andinos. La tragedia de Cajamarca, la muerte de Atahualpa, y el acelerado avance de los conquistadores sólo se explica por el apoyo que les dieron los pueblos dominados por los incas. El español no encontró resistencia, salvo en los rezagos del ejército cuzqueño. En la década de 1530 los españoles se asientan en Otavalo. Trajeron sus instituciones, lengua, costumbres y religión. Pero también los Obrajes, la Encomienda y la Mita, convertidos en crueles sistemas de explotación de

hombres, mujeres y niños. Las condiciones inhumanas de trabajo y las enfermedades extrañas, como la viruela, ocasionaron la acelerada disminución de la población indígena. (Prefectura de Imbabura, 2015)

1.01.05 La Independencia

El 10 de Agosto de 1809 Quito proclamó su independencia. Los cabildos de Ibarra y Otavalo plegaron al movimiento. La Junta Suprema dio a Ibarra la categoría de ciudad y a Otavalo, la de villa. Pero la reacción española no se hizo esperar. Su ejército, comandado por el general Sámano, venció a las tropas de la Junta de Gobierno en San Antonio de Ibarra el 27 de noviembre de 1812 y en Yahuarcocha, el 1 de diciembre. Sámano apresó al Comandante Francisco Calderón y lo fusiló en la plaza mayor de Ibarra, el 3 de diciembre. En 1820 se reanudó la guerra libertaria. Los pueblos de Imbabura, apoyaron con hombres, vituallas, dinero, a la causa de la independencia. El hecho más trascendente fue la Batalla de Ibarra, el 17 de julio de 1823, cuando el Ejército patriota, comandado por el propio Bolívar, triunfó sobre el general Agustín de Agualongo. El Libertador, reconoció el apoyo de los imbabureños y otorgó a Otavalo e Ibarra, el estatuto de ciudad. (Prefectura de Imbabura, 2015)

1.01.06 Provincia de Imbabura

Se cree que los pobladores más antiguos fueron los cayapas y colorados, más tarde habitaron estas tierras los caranquis, esta última cultura se caracterizó

por su habilidad para la construcción de tolas. Los conquistadores españoles llegaron a Caranqui en Agosto de 1534 en esta fecha la confederación Caranqui – Cayapas había caído bajo la dominación española.
(Guamán, sf, pág., 57)

1.01.07 Creación de la Provincia

El Congreso Gran colombiano reunido en Bogotá creó el 25 de junio de 1824 la provincia de Imbabura con su capital Ibarra, y los cantones Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Cayambe. Separados de la Gran Colombia, el nuevo Estado mantuvo la misma división territorial. Imbabura se extendía desde Rumichaca al norte, al río Guayllabamba al sur. El 11 de abril de 1850, se creó el cantón Tulcán. En 1855, Cayambe pasó a formar parte de la provincia de Pichincha con las parroquias, Tabacundo, Cangahua, Tocachi y Malchinguí. En 1861 se estableció, de manera definitiva, el cantón Cotacachi.
(Gad, Imbabura, 2015)

1.01.08 Historia del Queso

Los orígenes de la elaboración del queso no se conocerán nunca con certeza, pero se sabe que el queso fue consumido en Asia varios milenios antes de nuestra era y es frecuentemente mencionado en la Biblia.

Fue conocido por los antiguos egipcios, los griegos y los romanos. En la primera gran civilización de la que se tienen indicios detallados (Egipto, 4000 años ANE), la ganadería lechera surge para alcanzar un alto grado de desarrollo. En la historia de Babilonia, 2000 años ANE, se hace referencia a la leche, la mantequilla y el queso. En los himnos de los vedas en la India, en el periodo 3000-2000 años ANE, se proclamaba que el matar una vaca era un pecado y se refiere al uso de la leche y la mantequilla como alimento. El queso fue incluido en las ofrendas de los antiguos griegos a sus dioses en el monte Olimpo y la que sería era un oficio bien establecido en los tiempos de las escrituras de Homero. Hipócrates aseveró que tanto la leche de cabra como la de yegua fueron usadas en quesería, probablemente a causa de lo inapropiado de las tierras griegas para el ganado vacuno. Aristóteles se refiere al queso Frigio hecho de leche de burra y de yegua. Él estaba familiarizado con el hecho de que la leche consistía en grasa, caseína y agua. Los primeros esfuerzos por la quesería en su verdadero sentido fueron hechos probablemente por los arios, en Asia Central. Ellos fueron notables pastores que subsistieron con los productos de sus rebaños. En sus exploraciones por tierras mejores emigraron hacia Europa y llevaron con ellos sus artes en la ganadería lechera. Durante el apogeo del imperio romano, la lechería y la quesería devinieron importantes. Quesos 3 industrias y Plinio, Séneca y Paladio también incluyeron alguna información sobre quesería en sus escritos. Desde la época del imperio romano hasta alrededor de 1600, fueron pocos los avances experimentados por la quesería como industria.

Sin embargo, el comercio se volvió más sistemático y las tiendas de venta de quesos comenzaron a surgir, de tal forma, que los mercados de quesos eran lugares habituales en las grandes ciudades del siglo XVI. Muchas de las variedades actuales son centenarias por tradición. Así tenemos que el Roquefort posee una historia de más de 1000 años y el Cheddar es conocido desde hace ya 500 años.

El Roquefort se menciona en los registros del Monasterio de Conques en 1070. Como muchas invenciones, su descubrimiento fue accidental. Se dice que un pastor dejó en una cueva un queso crudo y regresó por él algunas semanas más tarde, cuando un moho verde había crecido en el interior del agrietado y reseco queso.

Al notar que éste poseía un atractivo sabor, lo contó a los monjes del lugar quienes desarrollaron el hoy famoso en el mundo queso Roquefort. Muchas variedades famosas hoy por sus nombres, probablemente han existido por un largo tiempo antes de un reconocimiento oficial y fueron conocidos por varios nombres locales o incluso por un nombre totalmente irregular. Los nombres en ocasiones fueron dados por importantes personajes, usualmente en el lugar de origen. Así, en 879 el Obispo de Milán hizo una donación de un queso "de Gorgonzola" a la Escuela de San Ambrosio en Milán y acorde a la tradición, Napoleón bautizó al queso Camembert cuando complacido por su sabor picante dijo que éste no tenía nombre. A pesar en los avances en la ganadería lechera, no fue sino hasta 1870 en que la tecnología quesera dio un

gran salto cuando fue puesto en el mercado un cuajo comercial preparado por Hansen en Dinamarca. (Universidad Autónoma de México, pág. 2-3)

1.01.09 Historia del queso en el Ecuador y provincia de Imbabura

Para explicar sus orígenes han surgido múltiples versiones; desde historias míticas, hasta narraciones en las que se atribuye el descubrimiento a la casualidad y a la necesidad de conservar la leche. Más allá de la historia de este producto y de su inigualable sabor, existe toda una industria mundial dedicada a su elaboración, desde los quesos frescos Mozzarella o el Bel Paese, hasta los más elaborados como el gruyere, el parmesano y el roquefort.

El mercado ecuatoriano de quesos es muy dinámico; de acuerdo con las investigaciones de Pulso Ecuador, un 84,3% de los hogares urbanos de las principales 15 ciudades consumen regularmente este producto; esto representa algo más de un millón de hogares. (La hora, sf. pag.5)

1.01.10 Queso

Se entiende por queso el producto blando, semiduro, duro y extra duro, madurado o no madurado, y que puede estar recubierto, en el que la proporción entre las proteínas de suero y la caseína no sea superior a la de la leche, obtenido mediante: coagulación total o parcial de la proteína de la leche, leche desnatada/descremada, leche parcialmente desnatada/descremada, nata (crema) de suero o leche de mantequilla/manteca,

o de cualquier combinación de estos materiales, por acción del cuajo u otros coagulantes idóneos, y por escurrimiento parcial del suero que se desprende como consecuencia de dicha coagulación, respetando el principio de que la elaboración del queso resulta en una concentración de proteína láctea (especialmente la porción de caseína) y que por consiguiente, el contenido de proteína del queso deberá ser evidentemente más alto que el de la mezcla de los materiales lácteos ya mencionados en base a la cual se elaboró el queso. (Codex Standard, 2013, pág. 1)

1.01.11 Importancia del Queso

La importancia del queso como alimento en todas las sociedades, radica en que representa una forma de consumo indirecto de leche, además su tecnología es accesible y su valor nutritivo es alto. Los quesos son fuentes de proteínas, grasas, vitaminas y minerales especialmente calcio, hierro y fósforo. Dentro de los tipos de quesos están los frescos es decir lo no madurados, generalmente elaborados con leche cruda de vaca y muy consumidos en el país. Los productos lácteos son ricos en elementos nutritivos, especialmente conveniente para los niños. El queso por ejemplo, es uno de los mejores alimentos, es rico en proteínas, nutriente esencial para la vida, contiene mucho calcio, vitaminas y todas las grasas que necesitamos para conservar el calor necesario.

1.01.12 Variedades de quesos en el Ecuador

Se reporta que en el Ecuador, actualmente existen una gran variedad de quesos y que para su clasificación se los ha agrupado bajo los siguientes criterios:

Según el contenido de agua del queso:

- Quesos frescos o sin madurar
- Quesos blandos o tiernos
- Quesos semi curados o semi maduros
- Quesos curados o maduros

Según la textura del queso:

- Quesos compactos
- Quesos con ojos redondeados y granulares
- Quesos con ojos de forma irregulares

Según el contenido de grasas:

- Quesos grasos
- Quesos semigrasos
- Quesos secos

1.2 Justificación

La provincia de Imbabura es un lugar de nuestra sierra norte ecuatoriana, en este sector existe grandes lugares de sitios históricos y naturales, esto da lugar a una manera de poder impulsar este diverso sector en turismo, a través de esto presentar su biodiversidad, tanto en flora como en fauna la cual beneficia a todos los pobladores cercanos a esta entidad turística y además ayuda a incrementar las fuentes de empleo, el cual mejora la situación socioeconómica, cultural y social, siendo la mayor parte de su población dedicada a la ganadería, agricultura y turismo.

La siguiente ruta ayudara a promover el turismo, buscando como alternativa una nueva atracción turística para observar y participar en la elaboración de los deliciosos manjares lácteos, para disfrutar sus diferentes sabores y ver la preparación de su maduración de cada uno de los quesos. Ayudando en la pontecialización de los sitios turísticos que se encuentran alrededor de esta región que atrae la atención de turistas nacionales y extranjeros. Muchas empresas lácteas tanto artesanales como industriales generan gran producción de quesos, que crean fuentes de trabajo a las mujeres de la zona de la Provincia de Imbabura.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T)

El desconocimiento de la preparación del queso y su diversidad de sabores, hacen que mucha gente no valore el sabor del queso Ecuatoriano, como tal deberíamos ser uno de los países donde valoremos la buena materia prima.

Tabla N° 1

Escala

Escalas de calificación
1= Baja
2= Media baja
3= Medio
4= Medio alto
5= Alto

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

En la presente tabla de calificación tenemos los diferentes valores que va a tener la matriz T, esta tabla es una escala que se califica de 1 siendo la más Baja y 5 el más Alto.

Tabla N° 2

Matriz T

Desconocimiento de la de los lugares de fabricación en este lugar por parte de los turistas	Escasa difusión de la elaboración artesanal de queso en la provincia de Imbabura				Creación de una ruta turística para promocionar esta actividad
	I	PC	I	PC	
Fuerzas Impulsadoras					Fuerzas Bloqueadoras
Creación de una ruta turística que incluya la elaboración de quesos	5	4	4	2	Escasa información de las actividades que se desarrollan en el sector
Elaboración de un Díptico Turístico	4	3	4	2	Escaso recurso económico para la elaboración de la guía.
Impulsar el turismo comunitario	4	4	4	2	Escaso apoyo en la comunidad y deficiente infraestructura
Capacitar a los fabricantes artesanales de queso.	4	3	4	1	Desconocimiento de técnicas de manejo
Buena acogida de la ruta turística por parte de los turistas	5	4	4	1	Desinterés por el legado cultural gastronómico de la provincia
Promover el consumo de productos de elaboración artesanal con materia prima orgánica	4	3	4	3	Fabricación y distribución de productos lácteos de manera empírica
Estandarizar en precio justo por los productos lácteos artesanales	3	2	3	2	Poca rentabilidad en la comercialización del producto terminado

Elaborado por: Fanny Marisol Durán Llamuca

Análisis:

Una vez que hemos llegado a la identificación del problema central de Desconocimiento de los turistas nacionales y extranjeros de los atractivos que se encuentra alrededor de Imbabura y las diferentes preparaciones del queso, se aplicará una solución principal a la situación, promoviendo el interés en conocer las diferentes formas de elaboración del queso.

Para la creación de una ruta turística sobre la elaboración del queso se han tomado en cuenta diversas fuerzas impulsadoras y bloqueadoras, considerando que fuerzas son generadoras de cambio y a la vez representen una solución al problema central.

Creando una buena acogida de la ruta turística, e impulsar el apoyo por parte de las comunidades aledañas y de las autoridades de turno, ya que Imbabura posee los recursos necesarios para poder promover la fabricación de quesos, los cuales llevarán un alto estándar de calidad.

La preparación de este producto potencia el turismo ya que van junto con la visita de los atractivos que presenta toda la zona de San pablo, Zuleta y alrededores.

Dentro de las fuerzas impulsadoras se destaca el trabajo con la comunidad para promover el trabajo artesanal; mientras que en las fuerzas bloqueadoras se puede apreciar los impactos negativos para el desarrollo del proyecto. Muchas veces el desconocimiento de la forma de preparación del producto, refleja el desinterés de consumir un buen queso.

CAPITULO II

1.0 Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrados

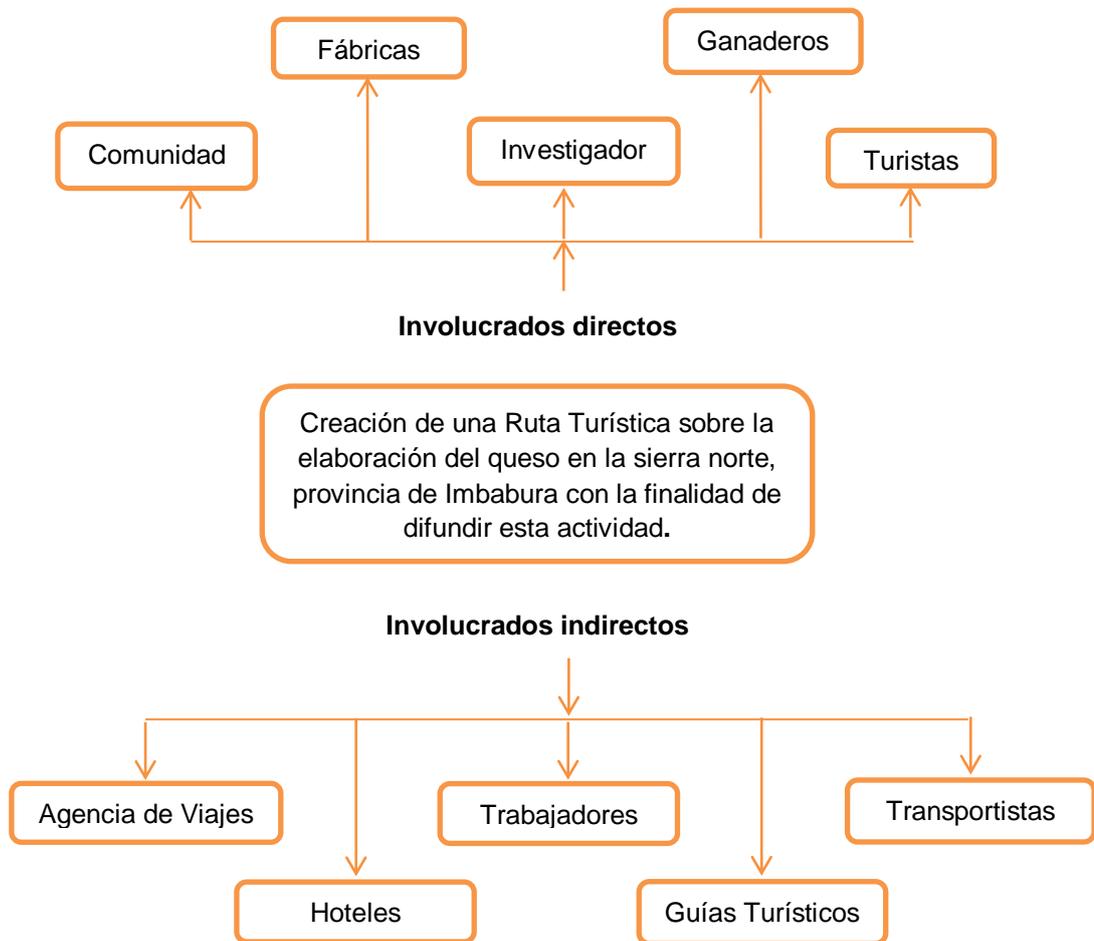


Figura N° 1

Mapeo de Involucrados

Elaborado por: Fanny Marisol Durán

Análisis:

Al realizar el respectivo análisis para identificar a los principales participantes que van a actuar y estar involucrados en el desarrollo de la problemática de la ruta a desarrollarse del cual se aspira darle solución se tomó en cuenta a dos tipos los cuales son los involucrados directos e indirectos; a los cuales vamos a darles un grado de importancia cuantitativa y cualitativa ya que el aporte de cada uno de ellos es fundamental para darle la respectiva solución a los problemas que se nos presentan en la aplicación de la ruta.

La figura describe a los involucrados que mantienen un contacto de forma directa e indirecta con la planificación y ejecución del proyecto. Los cuales son la comunidad, las fábricas, el investigador, los ganaderos y como principal el turista, los involucrados directos son aquellos que reciben un beneficio de alto nivel.

Los involucrados indirectos que se seleccionaron en esta creación de la ruta son aquellos que si bien reciben beneficios, no son de forma inmediata sino a mediano o largo plazo, o los que pueden provocar que se realice o se lleve a cabo este proyecto. Cabe recalcar que no se descarta que en un futuro con la aplicabilidad del proyecto se transformen en involucrados directos esto dependerá a la acogida que tenga este lugar por parte de los visitantes o por la buena aplicabilidad del mismo. Las comunidades aledañas podrían emprender nuevos proyectos o incluso colaborar, con el apoyo de materia prima para la elaboración de diversas clases de queso. Las unidades educativas también se pueden beneficiar de esta ruta ya que ellos se encuentran cerca y verían la preparación y fabricación de este producto.

2.02 Matriz de Análisis de involucrados

Tabla N° 3

Matriz de Análisis de Involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
Comunidad	X		15
Fabricas	X		20
Investigador	X		15
Ganaderos	X		15
Turistas	X		10
Agencias de Viajes		X	5
Hoteles		X	5
Trabajadores		X	5
Guías Turísticos		X	5
Transportistas		X	5
Total			100

Elaborado por: Fanny Marisol Durán Llamuca

Análisis:

La tabla refleja los porcentajes de beneficios que reciben cada involucrado dentro de la ejecución del proyecto.

Comunidad: Se beneficiara de una forma directa con un 15% gracias a las visitas que realizaran los turistas.

Fabricas: Por su ubicación se benefician con un 20% por que gracias a ellos podrán observarse las formas de preparación del queso.

Investigador: Es uno de los beneficiarios directos con un 15% más importantes en la elaboración de la ruta turística ya que el aporte de su investigación ayuda al desarrollo de este lugar.

Ganaderos: Considerados con un beneficio de un 15% de aporte en elaboración de la ruta ya que a mayor demanda, mayor consumo de Quesos y mayores beneficios económicos.

Turistas: Se encuentran con un 10% de beneficio, siendo uno de los actores más importantes porque ellos aportan ingresos económicos y ayudan al crecimiento del sector turístico en esta parte del país.

Agencia de Viajes: Beneficiarios indirectos con un 5% a los cuales se le dio este valor ya que al crearse la ruta ellos podrían vender paquetes turísticos y sacar una buena retribución.

Hoteles: La creación de nuevas infraestructuras hoteleras, que se crean por el afluente constante de nuevas visitas de turistas se le otorga un 5% de beneficio indirecto.

Trabajadores: Con una 5% de beneficio indirecto ya que se crearían más fuentes de trabajo por la constante visita de los turistas

Guías Turísticos: Ubicados con un 5% de beneficio indirecto debido a a la mayor demanda de visita a estos lugares.

Transportistas: El aporte de sus servicios con 5% permite aumentar las flotas de transporte para mejor desplazamiento de turistas nacionales y extranjeros

CAPÍTULO III

2.0 Problemas y objetivos

3.01 Árbol del Problema

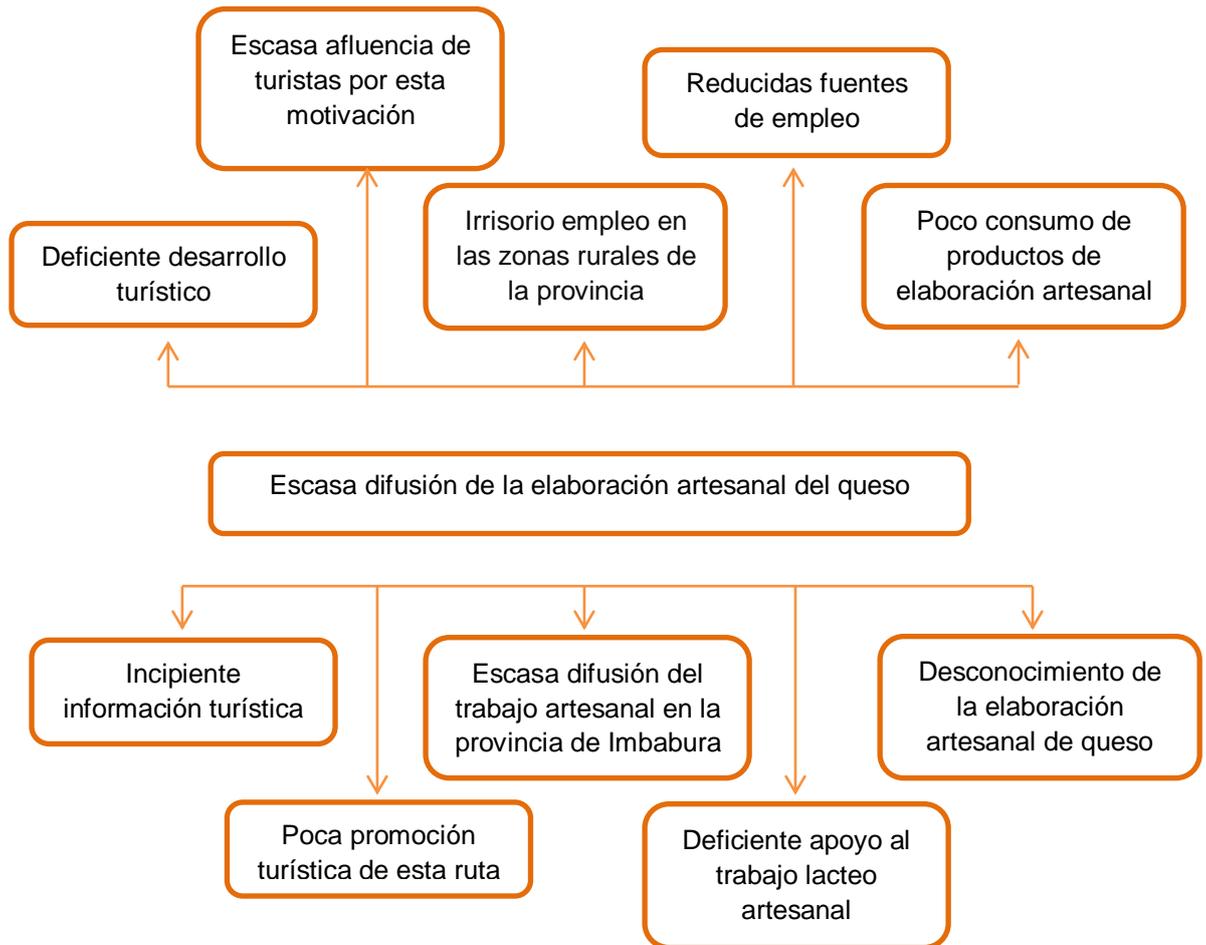


Figura N°2

Árbol de Problemas

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

Muchas son las circunstancias que producen una baja producción en fábricas que elaboran el Queso, puede ser por falta de inversión o escasa promoción turística, los factores pueden ser muchos ya que si no se sabe cómo elaborar un producto de excelencia y gran calidad, tampoco se puede definir una buena producción, posiblemente debido al poco interés que se da en la atributo de materia prima.

Partiendo de todos los factores negativos se debería buscar soluciones para esto, tales como la intervención de los gobiernos autónomos para que se dediquen a capacitar a los ganaderos en todos los ámbitos como el cuidado de la ganadería, de la materia prima, de cómo elaborar fácilmente y con eficiencia el producto.

Además conseguir que se le brinde facilidades, tales como material para el proceso de elaboración y para la comercialización del producto.

Otro factor que se podría arreglar sería hacer publicidad llamativa para que las personas les interesen venir a la provincia de Imbabura, en este ámbito se encargaría las agencias del turismo, dichas organizaciones deberán investigar los atractivos turísticos de este lugar para así estar informados y poder proveer esta información a las personas para que estas se interesen por esta provincia.

Una vez hecho todo este proceso existirá una mayor venta y consumo del producto que ofrece Imbabura por lo cual aumentará la demanda de este alimento y habrá más empleo para las personas de esta provincia. Al cumplir

todos estos objetivos se podrá observar la mejora en todos los factores dicho en el anterior mapa conceptual.

No debemos olvidar que Imbabura es una de las regiones más apegadas a la conservación de sus tradiciones así que junto a las visitas de las fabricas podremos disfrutar en el recorrido, del encanto de la provincia como son: sus lagos, lagunas, y otras que son parte de un sistema lacustre de más de 30 lagunas que se ubican al pie de la montaña como es el imponente Volcán Imbabura, hermosos paisajes.

Artesanías muchas de ellas elaboradas a mano, rincones ocultos pero reconocidos como la hacienda Zuleta que lleva historia de los orígenes del Ecuador, su gente muy laboriosa que se dedica a la elaboración del cuero , obteniendo productos de calidad y bien trabajados, muy apreciados en ferias internacionales, la música que es muy respetada, grupos artísticos excelentes, fiestas tradicionales como el Inti Raymi que se lleva a cabo cada año para realizar rituales de herencia ancestral, ceremonia que los llena de energía, el parque cóndor con más de 30 especies diferentes de rapaces, entre otros.

Es un destino apreciado para la práctica de deportes: velerismo, rafting, parapente, podríamos decir que esta provincia posee tal diversidad, siendo ideal para turista nacionales e internacionales para ser visitado en cualquier momento del año.

3.02 Árbol de objetivos

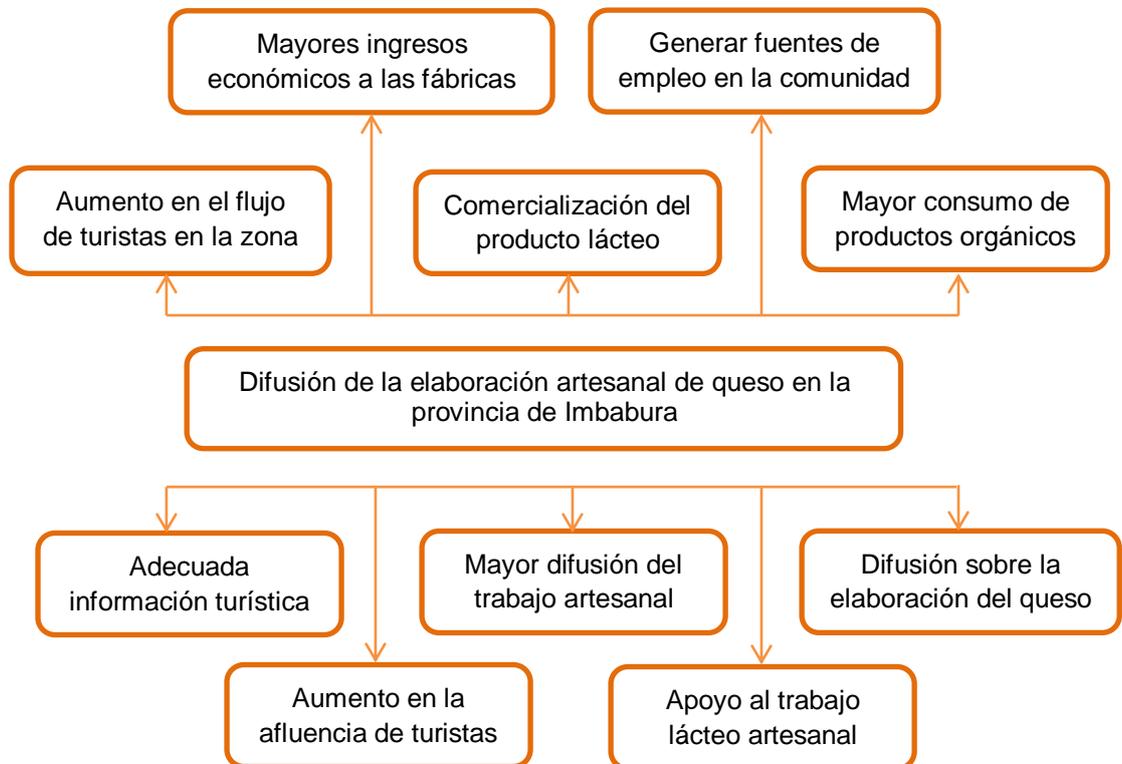


Figura N° 3

Árbol de Objetivos

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

En la figura se representan los objetivos elaborados a corto y largo plazo, los cuales se planean cumplir con la ejecución del proyecto precautelando el bienestar de las comunidades que intervienen y los artesanos ganaderos de la provincia de Imbabura. Los ya mencionados fines se intentarán realizar con procesos minuciosos para la óptima realización de estos y con la intervención de quienes puedan ayudar en este proyecto para la mejora de la provincia de Imbabura y los habitantes de esta.

CAPÍTULO IV

4.0 Análisis de alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas

Es una herramienta que nos permite identificar las distintas alternativas que nos van a ayudar al mejoramiento o cambio a futuro de los problemas en un proyecto; el cual parte desde el árbol de objetivos en donde se pueden eliminar posibles objetivos que nos pueden servir en el desarrollo de la solución del problemática.

Tabla N°4

Escalas análisis de alternativas de categorías

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

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

En la tabla se han establecido escalas para calificar las alternativas a implementarse en el desarrollo del proyecto siendo del 1 al 5 el mínimo valor, con la categoría Baja; del 6 al 11 tendrá asignada la categoría como Muy Baja; del 12 al 17 obtendrá una categoría de Media alta; por último tendremos la categoría Alta con unos valores que van desde el 18 al 25.

Tabla N° 5

Matriz de análisis de alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Apropiada administración de recursos	5	4	3	3	1	16	Media Alta
Información adecuada de la ruta turística	4	5	4	3	2	18	Media Alta
Instruir a la población sobre la elaboración del queso	5	4	3	5	2	19	Media Alta
Identificar fábricas de gran calidad	4	4	3	4	1	16	Media Alta
Difusión de información sobre el trabajo artesanal	5	4	4	5	2	20	Media Alta
Total	23	21	17	20	8	89	

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

Al observar la anterior matriz de análisis de alternativas nos damos cuenta que al advertir todos los ámbitos de la adecuada administración de recursos sacamos un total medio alto a pesar de tener baja categoría en cada terreno, tales como la factibilidad social, la factibilidad financiera, la factibilidad técnica, la factibilidad política, el impacto sobre el propósito.

En todos los objetivos que hemos analizado que son el que ya mencionamos, además de este hay otros tales como la información adecuada de la ruta turística, capacitación a la población sobre elaboración del queso identificar fábricas de alta calidad, difusión de información sobre el trabajo artesanal tienen una baja calificación en todos los aspectos y debemos prestar mayor atención por el motivo de que su escala de análisis de alternativas de categorías es baja ya que no supera del número cinco, sobre todo no hay que perder de vista el perímetro de la factibilidad política porque aquí no supera en la escala el número dos.

Al analizar todo esto debemos tomar en cuenta que hay que hacer gran esfuerzo en subir los números de la escala optativamente y poder mejorar todo lo relacionado con esta provincia del Ecuador, además para conseguir estos objetivos se debe tener la mente abierta ante cualquier alternativa que sea por el bien de estos ámbitos, el propósito para esta matriz será superar cada calificación de todos los ámbitos y aumentar su total para que así pueda llegar a una calificación alta.

Mediante la identificación de fábricas que elaboran queso se puede ampliar la infraestructura, claro que esto se obtendría con la facilidad de la obtención de préstamos y las ayuda de las diferentes autoridades, y sin dejar a un lado a la comunidad que es muy importante para la creación de esta ruta, ya que ellos con sus conocimientos en la elaboración de la materia prima toman un referente fundamental con la elaboración del Queso.

4.02. Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos

Tabla N.6

Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos

	Factibilidad de lograrse (Alta - Media - Baja) (4 2 1)	Impacto de 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
	OBJETIVOS	Los beneficiarios son mayores que los costos (4)	Incrementa la participación de mujeres, jóvenes, adultos mayores (4)	Contribuye a la protección del entorno, físico y natural (4)	Responde a las expectativas de los beneficiarios (2)	Fortalece a la participación de los beneficiarios y pobladores locales (4)
Se proyectara obtener mayores beneficios con costos inferiores(4)		Incrementa los ingresos económicos de la mujer (4)	Mejora el entorno Físico, social y natural (4)	Se esperan grandes beneficios por parte de los beneficiarios (2)	Fortalece la organización local(4)	33 a 44 MEDIA BAJA
La adecuada implementación de la tecnología actual aporta a mejorar la promoción(4)		Aumentar los ingresos económicos de los participantes activos (4)	Asegura una buena protección de los recursos(4)	Su aplicabilidad aporta a el crecimiento de los grupos más vulnerables del sector(2)	Se puede conseguir futuros préstamos para el mejoramiento de la infraestructura (4)	45 a 66 MEDIA ALTA
Es muy favorable y conveniente para el beneficiario(4)		Aumenta el nivel de elaboración del Queso (4)	Favorece la práctica de la Educación Ambiental(4)	Los beneficios son deseados por los beneficiarios (2)	Se puede lograr financiamiento a futuro (4)	67 a 88 ALTA
TOTAL	16 puntos	16 puntos	16 puntos	8 puntos	16 puntos	72 Puntos

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

Al analizar la anteriormente detallada Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos observamos que ligado a la escala ya propuesta inicialmente sacamos un total que se clasifica en alto por el motivo de que se encuentra en la calificación de 67 a 88 adquiriendo un total de 72 puntos. Dicha valoración es gracias a que los objetivos planteados son favorecidos para la provincia y sus habitantes.

Estos objetivos son: Los beneficios son mayores que los costos con 4 puntos, otro es que se incrementa la participación de mujeres, jóvenes, adultos mayores con otros 4 puntos, también contribuye a la protección del entorno, físico y natural que nos da 4 puntos, además responde a las expectativas de los beneficiarios que se valora con 2 puntos, igualmente fortalece a la participación de los beneficiarios y pobladores locales con 4 puntos.

Del mismo modo se proyectara obtener mayores beneficios con costos inferiores se valora con 4 puntos, asimismo incrementa los ingresos económicos de la mujer dando 4 puntos.

Por lo demás da una mejora el entorno Físico, social y natural valorando 4 puntos, se esperan grandes beneficios por parte de los beneficiarios y esto nos da 2 puntos, también fortalece la organización local con 4 puntos, la adecuada implementación de la tecnología actual aporta a mejorar la promoción se le da el valor de 4 puntos, otro objetivo es aumentar los ingresos económicos de los participantes activos que nos daría 4 puntos, asegurar una buena protección de los recursos dando 4 puntos, su aplicabilidad aporta a el crecimiento de los grupos más vulnerables del sector se le

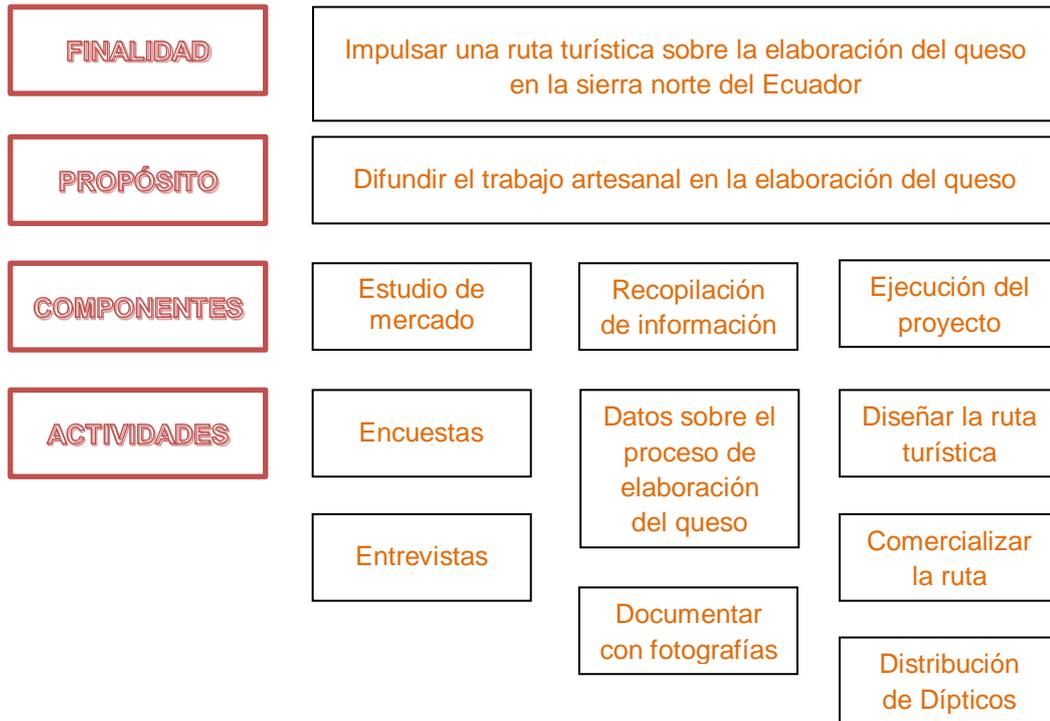
valora con 2 puntos, se puede conseguir futuros préstamos para el mejoramiento de la infraestructura se le califica con 4 puntos, es muy favorable y conveniente para el beneficiario este da un valor de 4 puntos, además aumenta el nivel de la elaboración del Queso con el valor de 4 puntos, también favorecer en la práctica de la Educación Ambiental que da una calificación de 4 puntos, igualmente los beneficios son deseados por los benefactores que nos daría 2 puntos y como último objetivo sería lograr financiamiento a futuro y este nos daría una valía de 4 puntos.

Todos estos objetivos son analizando el bienestar de la provincia de Imbabura y sus habitantes, viendo su economía, cultura, ideología y más ámbitos en los que se podría mejorar, dando varias opciones factibles, para que este proyecto pueda ser realizarlo de forma eficaz.

4.03 Diagrama de Estrategias

Figura N°4

Diagrama de Estrategias



Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

En el Diagrama de Estrategias anteriormente detallado se muestran las actividades que se van a desarrollar a lo largo del proyecto con el fin de que el mismo cumpla los parámetros de sostenibilidad y así poder llegar a nuestro objetivo general que sería tener una ruta turística reconocida en la provincia de Imbabura, Ecuador, además de esto que la elaboración del queso en dicha provincia sea consumido por la mayoría de las personas al visitar esta provincia, todo esto se logrará gracias a las estrategias que se realizará en el transcurso de este proyecto.

4.04 Matriz de Marco Lógico

Tabla N° 7

Matriz de Marco Lógico

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Impulsar una ruta turística para la elaboración del queso artesanal	Promover el turismo rural y comunitario en la provincia de Imbabura en un 20%	Datos estadísticos del flujo de turistas en la provincia de Imbabura. GAD	La ruta generará mayores ingresos económicos a los artesanos y ganaderos de la zona.
Difundir el trabajo artesanal en la elaboración del queso	Incrementar las ventas de productos lácteos artesanales	- Registros financieros de ganaderos. - Entrevistas con campesinos expendedores del producto	Los precios para el tour son accesibles para los turistas, además de que interactúan con la comunidad.
- Estudio de mercado - Recopilación de información - Ejecución del proyecto	Mediante encuestas, determinar el número de turistas interesados por conocer el trabajo artesanal	- Encuestas - Entrevistas	Los turistas conocen del trabajo artesanal y disfrutan su participación en la elaboración del queso.
- Encuestas y entrevistas - Documentación con fotografías - Diseñar y comercializar la ruta turística.	- Costos de material publicitario. - Costos de capacitación - Costos de puesta en marcha, valores o porcentajes aproximados	- Presupuesto destinado para la ejecución del proyecto.	- Recopilar información sobre los requerimientos de los turistas. - Suficientes recursos para capacitar a los productores de queso artesanal.

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

En la Matriz de Marco Lógico se han detallado los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo del proyecto, así como las actividades a realizarse durante la ejecución del mismo. En caso de que algún componente deba ser sustituido será necesario considerar algunos cambios en el resto de componentes para su correcto progreso.

CAPÍTULO V

5.0 Propuesta

5.01 Antecedentes

5.01.01. Promoción turística:

Koening (s.f.) concluyó que:

Promoción significa el logro de los objetivos de la empresa mediante la identificación de las necesidades y de los deseos de los consumidores, y satisfaciéndolas mejor que los competidores. La promoción del turismo es la aplicación de conceptos de marketing en la industria de viajes y del turismo.

La promoción del mismo podría ser compleja debido a que el producto es una amalgama de diversas industrias, tales como el alojamiento y el transporte.

Los mercados también varían ampliamente, y la determinación de las preferencias de los consumidores podría ser difícil. (párr. 1)

5.01.02. Estrategias de promoción:

Según Jiménez (2014) “las estrategias de promoción, son las habilidades, las destrezas a utilizar para dar a conocer, informar o recordar nuestro producto a nuestros consumidores y a los no consumidores y para esto también requerimos de un buen plan estratégico.” (Párrafo, 5)

Algunos medios promocionales son:

- Exhibiciones
- Técnicas
- Muestras

- Campañas por correo
- Cupones de descuentos (Jiménez, 2014, párr. 10)

5.01.03. Ruta turística:

Según el estudio realizado por DTL Consultores (2007), concluyeron que la ruta turística es:

Un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto. (pág. 12)

“Para efectos del turismo, ruta es el camino que se decide tomar para desarrollar determinada actividad turística, está estipulada por una serie de valores culturales y naturales que hacen de ella un recurso lineal de atracción.” (Trabuco, Fernando, 1999, pág.16)

5.01.04. Ruta Gastronómica

Es un itinerario con un origen, dimensión territorial y configuración estructural específica que enlaza destinos, productos, atracciones, servicios y actividades fundamentadas en la producción, creación, transformación, evolución, preservación, salvaguarda, consumo, uso, gozo, disfrute de manera saludable y sostenible del Patrimonio Gastronómico Mundial Cultural,

Natural, Inmaterial, Mixto y todo lo que respecta al sistema alimenticio de la humanidad. (El Universal Menú, 2015, párrafo 4).

5.01.05 Elaboración artesanal

Es un proceso que involucra una serie de métodos y técnicas de elaboración tradicionales y principalmente manuales, con escaso o nulo empleo de maquinaria en la fabricación, que le da prioridad a la utilización de materias primas locales y motivos típicos o tradicionales de la región. (Significados de producción, 2015, párrafo 8).

5.01.06 Guión

“Es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar los servicios turísticos a las necesidades de los diferentes segmentos de turistas. Conlleva la elaboración de un estudio previo para identificar el patrimonio turístico y los servicios turísticos.”

(Fundamentos del turismo, 2013, pag.4)

5.01.07 Itinerario

“Descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.” (Paraqui, 2015, par, 1)

5.01.08 Mapa Ruta del Queso



Figura N° 5

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

Este mapa muestra el recorrido de la ruta donde podremos observar varios atractivos que encantaran a los turistas ya sean estos nacionales o extranjeros, los cuales experimentarían sabores nuevos, cabalgatas, excursiones en bicicletas, paseos en bote por San Pablo o Yaguarcocha.

5.01.09 INVENTARIO DE RECURSOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES.

Tabla N° 8

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
1. SITIOS NATURALES	1.1 MONTAÑAS	a) Volcán Imbabura b) Volcán Cotacachi c) Cordillera Occidental d) Cordillera Oriental e) Mojanda Cajas
	1.2 PLANICIES	a) Salinas b) Valle del Chota
	1.3 AMBIENTES LACUSTRES	a) Lago San Pablo b) Laguna de Cuicocha c) Laguna de Yahuarcocha d) Laguna de Puruhanta e) Laguna San Marcos f) Laguna de Mojanda
	1.4 RIOS	a) Cascada de Peguche b) Río Chota
	1.5 BOSQUES	a) Paramó de Zuleta b) Reserva Cotacachi Cayapas c) Reserva Cayambe Coca
	1.6 AGUAS SUBTERRANEAS	a) Termas de Chachimbiro b) Termas de Timbuyacu c)
	1.7 FENÓMENOS GEOLÓGICOS	a) Cráter de Imbabura
	1.8 SISTEMA DE AREAS PROTEGIDAS	a) Reserva Ecológica Cayambe –Coca b) Reserva Ecológica c) Cotacachi Cayapas
		a) Arquitectura:



2.MANIFESTACIONES CULTURALES	2.1 HISTÓRICAS	<p>La Catedral de Ibarra Iglesia de la Merced Basílica la Dolorosa Otavalo Ibarra Cotacachi Antonio Ante Pimampiro San Miguel de Ibarra</p> <p>b) Sitios arqueológicos: Templo del Sol Tolas de Socapamba Tolas de Zuleta Tolas de Atuntaqui Cuambaqui</p> <p>c) Museos : Museo Atahualpa Museo de Culturas Museo Arqueológico y Étnico Museo de Sal y Arte Negro de Salinas</p>
	2.2 ETNOGRAFÍA	<p>a) Grupos Étnicos: Kichwa Otavalo Etnia Caranquis Etnia Natabuela</p> <p>b) Manifestaciones Religiosas: Inti Raymi Fiesta del Florecimiento Fiestas de San José Fiesta del Ovo Fiestas el Yamor Fiesta de San Pedro y San Pablo</p> <p>c) Artesanías: Tejidos de cabuya, totora, yute, lana. Artículos de cuero (Atuntaqui) Telares de Otavalo Bordados a Mano (Zuleta)</p> <p>d) Mercados: Mercado de Artesanías Mercado de Animales Plaza de los Ponchos</p> <p>e) Comidas Típicas: El Yamor Cuyes de Chaltura Fritada de Atuntaqui Dulces (suspiros, rosquetes, mojicones)</p> <p>f) Shamanismo: Purificación del fuego</p>
	2.3 REALIZACIONES	a) Centro de rescate animal



2.MANIFESTACIONES CULTURALES	TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	Guayabillas
	2.4 REALIZACIONES ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	a) Museo Atahualpa Museo de Culturas Museo Arqueológico y Étnico Museo de Sal y Arte Negro de Salinas
	2.5 ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	a) Inti Raymi Fiesta del Florecimiento Fiestas de San José Fiesta del Ovo Fiestas el Yamor Fiesta de San Pedro y San Pablo b) Gastronomía: El Yamor Cuyes de Chaltura Fritada de Atuntaqui Dulces (suspiros, rosquetes, mojicones)

Elaborado por: Fanny Durán

5.01.10 INVENTARIO DE PLANTA

Tabla N°9

CATEGORÍA Alojamiento	TIPO Hotelero	SUBTIPO Hospedaje
<p>NOMBRE: Hacienda Zuleta DIRECCIÓN: Zuleta TELÉFONO: 062662182 PAGINA WEB:www.haciendazuleta.com</p>		
<p>SERVICIOS E INSTALACIONES</p> <p>Restaurante Biblioteca Mini Bar Carruaje tirado con caballos Huerto orgánico Internet Parqueadero</p>		

Elaborado por: Fanny Durán

Tabla N°10

CATEGORÍA Restaurante	TIPO Hotelero	SUBTIPO Hospedaje
<p>NOMBRE: Hostería Puerto Lago DIRECCIÓN: Lago San Pablo Km 5 sur TELÉFONO: 062635400 PAGINA WEB:www.puertolago.com</p>		
<p>SERVICIOS E INSTALACIONES</p> <p>Restaurante Sala de Conferencias Salón de Juegos Área de recreación Infantil Cancha de Tenis, cancha de Vóley, cancha de indor futbol Parqueadero Circuito cerrado de Tv Internet</p>		

Elaborado por Fanny Durán

5.01.11 FÁBRICAS DE QUESOS

Tabla N°11

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	TIPO
Santa Elena	San Pablo	062918039	Artesanal
Simporlac	Otavalo	0997991989	Industrial
Floralp	Caranqui	062651150	Industrial
Hacienda Zuleta	Zuleta	062662118	Industrial
Zuleteño	Zuleta	0993657654	Artesanal

Elaborado: Fanny Durán

Análisis:

La fábrica Floralp empieza en los años de 1964, es una empresa que tiene mercado nacional e internacional que manteniendo estándares de calidad altos para gustos exigentes manteniendo una gestión integral que garantiza la sustentabilidad de la empresa y la satisfacción de sus consumidores. La fábrica de la hacienda Zuleta, propiedad de la familia Galo Plaza, brinda varias opciones para hacer turismo, como cabalgatas, degustación de las distintas clases de queso, visita a sitios arqueológicos y más actividades. Las fabricas artesanales como Santa Elena y el Zuleteño en cambio nos muestran su preparación más incipiente podríamos decirlo ya que lo implementos que utilizan son tan distintos a las de las industriales que esto es una particularidad que el turista va a poder observar.

5.01.12 Nombre de la ruta: DESCUBRIENDO NUEVOS SABORES

DURACIÓN: 2 DIAS UNA ANOCHE

RECORRIDO: QUITO, SAN PABLO, OTAVALO, PLAZA DE LOS POCHOS,
HACIENDA ZULETA, QUITO.

ITINERARIO:

Día uno

Salida desde Quito, ciudad rodeada de montañas, desayuno en la hacienda Puerto Lago donde deleitaremos lo mejor de la cocina nacional e internacional, disfrutando de un paisaje típicamente andino frente al Volcán Imbabura. Luego pasaremos en bote en las cristalinas aguas del Lago San Pablo. Seguidamente visitaremos la fábrica artesanal Santa Elena, donde observaremos la elaboración del Queso en su forma natural. Continuando con el recorrido visitaremos Otavalo donde realizaremos compras en la Plaza de los Ponchos. Llegada a la Hacienda Zuleta que se ubica en la cordillera de los andes a 2800 msnm. Con dos mil hectáreas construidas a fines del siglo XVI que pertenece hace más de cien años a la familia del ex presidente Galo Plaza Lazo, luego nos hospedaremos en sus habitaciones individualmente decorada. Almuerzo preparado con mucha creatividad y ya en la tarde pueden escoger entre paseos a caballo, en bicicleta y caminatas a los pueblos cercanos para conocer de cerca las costumbres locales. Cena acompañados de su anfitrión

Día dos

Muy temprano en la mañana desayuno con productos elaborados en la hacienda, visita a la fábrica para ver el proceso de elaboración de su gran variedad de quesos

casero y semi-maduro, queso azul, desde su pasteurización hasta el empaque, los cuales permiten conseguir un lácteo de calidad. Luego sus huéspedes pueden practicar actividades agrícolas como ordeñar vacas y montar a caballo. Después del almuerzo visita la fábrica el zuleteño, con más de 70 años de servicio a la comunidad, degustaremos de un sabor único, posteriormente se hará un recorrido por la comuna donde se podrá realizar compras de bordados a mano con una gran variedad de productos exclusivos y originales. Finalmente salida a Quito.

5.01.13 COSTO DEL PAQUETE (Pax 20)

Tabla N°12

Alojamiento o Hacienda Zuleta	Alimentación Hostería Puerto Lago	Paseo en bote	Entradas Fábricas	Guía	Transporte	Imprevistos	Total Pax
\$ 301,60	\$ 23.52	\$ 3.66	\$ 1,00	\$ 100	\$200	\$ 150	\$387

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

Con los costos hemos podido llegar a establecer el precio final que le corresponde al Turista en este caso hemos tomado para la elaboración de este paquete 20 pax, que en base a este número de pasajeros se define los costos. Además la infraestructura hotelera junto con las fábricas hace de estos lugares, únicos siendo ideal para que los turistas logren disfrutar y relajarse en este sitio tan espectacular por su naturaleza,

historia y servicios que le brindaran recuerdos inolvidables. Las distintas actividades que le mantendrán siempre disfrutando.

5.01.14 Análisis FODA

Tabla N° 13

Matriz FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTOR INTERNO FACTOR EXTERNO		La provincia de Imbabura posee una gran variedad de quesos, donde los turistas pueden degustar de su variedad	Escasa difusión de la elaboración artesanal del queso
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (DO)
	El proyecto de ruta turística incrementará el número de visitantes en la provincia de Imbabura	Promocionar la ruta del queso con la finalidad de generar mayores ingresos económicos a las comunidades locales	Elaborar una ruta atractiva y novedosa que proporcione la interacción del turista dentro del paquete turístico contratado
	AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
	Falta de compromiso de los ganaderos y artesanos para capacitarse sobre la manipulación de alimentos	Concientizar a los artesanos sobre los beneficios de ofrecer productos de buena calidad a turistas nacionales y extranjeros	Difundir el trabajo artesanal de ganaderos en la producción de lácteos

Elaborado por: Fanny Durán

5.01.15 Investigación de Mercado

Muñiz (2014) la define “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.” (párr. 1)

En la página de Generación Googleinstein (2009) se detalla que la investigación de mercados se divide en:

- 1.- Investigación exploratoria
- 2.- Investigación concluyente
- 3.- Investigación de monitoreo del desempeño.

Todas estas clasificaciones son de tipo arbitrario, utilizando diversas bases, a pesar de las dificultades se ha hecho esta clasificación para poder escoger el método más eficaz. (párr. 1)

5.01.16 Investigación Exploratoria

Es la apropiada en las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones en situaciones donde la gerencia busca problemas y oportunidades, una vez que estén identificados adecuadamente los problemas y que la situación esté perfectamente definida.

Este tipo de investigación es utilizada en los casos en que existen muchos cursos de acción para la resolución de un problema o aspectos que intervienen en dicho caso. Puede ser considerada como un primer paso en la determinación de un problema.

- a) Busca de datos secundarios
- b) Encuesta de personas conocedoras
- c) Estudio de casos

Fuentes de información utilizadas:

- 1.- Estudio de fuentes secundarias de información (estadísticas, guías, periódico, etc.).
- 2.- La encuesta de individuos que es probable que tengan ideas sobre el tema general.
- 3.- El análisis de casos seleccionados. (Investigación de Mercados, 2009, párr.1)

5.01.17. Instrumentos de Investigación, La Encuesta

La encuesta se define como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

- Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población. (“Instrumentos para recabar datos”, s.f., párr. 1)

5.01.18. La entrevista

La entrevista tiene como objetivo recabar información, adiestrarse en los recursos y modalidades de la misma y prepararse para la situación de ser entrevistado. En orden a la evaluación la entrevista se puede hacer tanto individual, como a un grupo de trabajo completo. Desde este punto de vista

es una inmejorable técnica para conocer y valorar el trabajo de un grupo y de cada uno de sus individuos.

5.01.19. Entrevista individual

El profesor, necesita en muchos momentos del proceso de aprendizaje descubrir los conocimientos reales de un alumno, sus problemas de aprendizaje y su opinión sobre el desarrollo de los procesos, la metodología empleada y la conveniencia o no de determinadas actividades. En estos casos, la entrevista, más que un test anónimo, puede aportar datos al profesor y por lo tanto al mismo proceso de aprendizaje adulto.

La razón de la utilización de esta técnica debe ser buscada en la necesidad de enfrentar preguntas, contestarlas, aprender a hacerlas, encontrar y solucionar las principales dificultades y problemas que pueden surgir en una entrevista de trabajo o de cualquier otro tipo. Se da cuando el grupo de alumnos pregunta a otro de ellos, o a un experto ante toda la clase o ante un auditorio mayor, sobre temas de interés sobre un trabajo, investigación o tema.

5.01.20 Población y Muestra

Población: Según Tamayo y Tamayo (1997), “la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (pág.114)

Oficialmente llamada Provincia de Pichincha, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la región geográfica conocida como sierra. La ciudad de Quito es capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha, además es la ciudad más poblada de su región. (Gad., 2015)

Muestra: Según Tamayo y Tamayo (1997), afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (pág.38).

Fórmula

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

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%

$$n = \frac{2239191 \cdot (0,8) \cdot (0,2) (1 + 1,96)^2}{(2239191 - 1)(0,05)^2 + (0,8) \cdot (0,2) (1 + 1,96)^2}$$

$$n = 246$$

5.01.21 Análisis de la Información

- 1. ¿Cuándo usted viaja, a menudo lo hace con?**
 - a) Familia
 - b) Amigos
- 2. Según su criterio. La provincia de Imbabura es mayormente conocida por:**
 - a) Gastronomía
 - b) Turismo
 - c) Comercio
- 3. ¿Con qué frecuencia visita la provincia de Imbabura?**
 - a) Una vez al año
 - b) Solo días festivos
 - C) Otros
- 4. Su visita a la provincia de Imbabura se da por fines...**
 - a) Vista familiar
 - b) Negocios
 - c) Turismo
- 5. Considera que un tour es mejor en donde tenga que disfrutar de:**
 - a) Gastronomía
 - b) Atractivos Culturales
 - c) Atractivos Naturales
- 6. ¿Conoce Ud. la variedad de quesos que se fabrican en la provincia de Imbabura?**
 - a) Si
 - b) No
- 7. ¿Le Interesaría realizar un tour con el fin de participar en la degustación y preparación del queso?**
 - a) Si
 - b) No
- 8. ¿Con que frecuencia consume usted un Queso?**
 - a) Diario
 - b) Semanal
 - c) Quincenal
 - d) Mensual
- 9. ¿Qué clase de queso a degustado?**
 - a) Queso de Hoja
 - b) Queso Fresco
 - c) Queso Gourmet
- 10. ¿Considera importante el rescate de las tradiciones en nuestro país?**
 - a) Si
 - b) No

5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)

La elaboración de este proyecto en su etapa inicial empezará con la creación de una ruta turística, para dar a conocer estos lugares donde se podrá degustar la gran variedad de quesos que existe en toda la ruta.

Este proyecto iniciado con la investigación en las fábricas donde se elaborara el Queso, posteriormente el proceso de alimentación de ganado en las fincas rurales para obtener una buena materia prima, para luego observar el proceso de la elaboración del queso, que posteriormente llegara a las mesas de nuestros hogares.

La ruta turística-gastronómica de elaboración del queso propuesta en este proyecto se define como un recorrido temático basado en la elaboración de productos lácteos el cual posee un itinerario que permite descubrir las tradiciones ancestrales y degustación de las variadas clases de queso que produce la provincia de Imbabura.

Este recorrido se lo planea realizar por el sector de Zuleta, localizado entre las provincias de Pichincha e Imbabura, lugar que alberga grandes recursos naturales, culturales-históricos y gastronómicos.

5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

Para la promoción de esta ruta, se ha planificado crear una guía turística, que contenga los lugares más sobresalientes en donde se elabora el queso. La ruta prevé unirlas actividades de producción de queso junto con visitas a lugares turísticos aledaños al sector.

Para establecer la ruta correcta se realizará un desplazamiento hacia la provincia de Imbabura lo cual permitirá evidenciar las distancias a recorrer, los costos de desplazamiento, tiempo de recorrido y gastos extras a considerarse en la participación de la elaboración del queso.

La ruta de elaboración del queso, otorgará a los turistas la oportunidad de visitar las haciendas productoras de leche, compartir junto a los ganaderos el ordeño diario, participar en el proceso de producción del queso junto con los hábiles artesanos, además de recorrer los principales lugares turísticos del sector y disfrutar de su tan conocida y variada gastronomía.

La difusión de esta ruta será por medio de material publicitario tales como: díptico, CD multimedia que contiene un video que muestra los atractivos turísticos a ser visitados durante el recorrido.

5.03.01 Dípticos

(Tiro)



Figura N° 6

Elaborado por: Fanny Durán

(Retiro)

Itinerario

DÍA 1- Salida desde Quito, ciudad rodeada de montañas, desayuno en la hacienda Puerto Lago donde deleitaremos lo mejor de la cocina nacional e internacional, disfrutando de un paisaje típicamente andino frente al Volcán Imbabura. Luego pasaremos en bote en las cristalinas aguas del Lago San Pablo. Seguidamente visitaremos la fábrica artesanal Santa Elena, donde observaremos la elaboración del Queso en su forma natural. Continuando con el recorrido visitaremos Otavalo donde realizaremos compras en la Plaza de los Ponchos. Llegada a la Hacienda Zuleta que se ubica en la cordillera de los andes a 2800 msnm. Con dos mil hectáreas construidas a fines del siglo XVI que pertenece hace más de cien años a la familia del ex presidente Galo Plaza Lago, luego nos hospedaremos en sus habitaciones individualmente decoradas. Almuerzo preparado con mucha creatividad y ya en la tarde pueden escoger entre paseos a caballo, en bicicleta y caminatas a los pueblos cercanos para conocer de cerca las costumbres locales. Cena acompañados de su anfitrión.



paseo en bote

DÍA 2- Muy temprano en la mañana desayuno con productos elaborados en la hacienda, visita a la fábrica para ver el proceso de elaboración de su gran variedad de quesos casero y semi-maduro, queso azul, desde su pasteurización hasta el empaque, los cuales permiten conseguir un lácteo de calidad. Luego sus huéspedes pueden practicar actividades agrícolas como ordeñar vacas y montar a caballo. Después del almuerzo visita la fábrica el zuleteño, con más de 70 años de servicio a la comunidad, degustaremos de un sabor único, posteriormente recorrido por la comuna para compras de bordados a mano con una gran variedad de productos exclusivos y originales. Finalmente salida a Quito.



Tour Incluye

- Alojamiento
- Alimentación
- Guía Especializado
- Transporte de Turismo
- Paseo en bote
- Entradas
- Impuestos

No Incluye

- Propinas
- Extras no reflejado en el programa



Figura N°7

Elaborado por: Fanny Durán

1. ¿Cuándo usted viaja, a menudo lo hace con?

Tabla N° 14

Pregunta N° 1

	#	%
Familia	160	65%
Amigos	86	35%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Marisol Durán

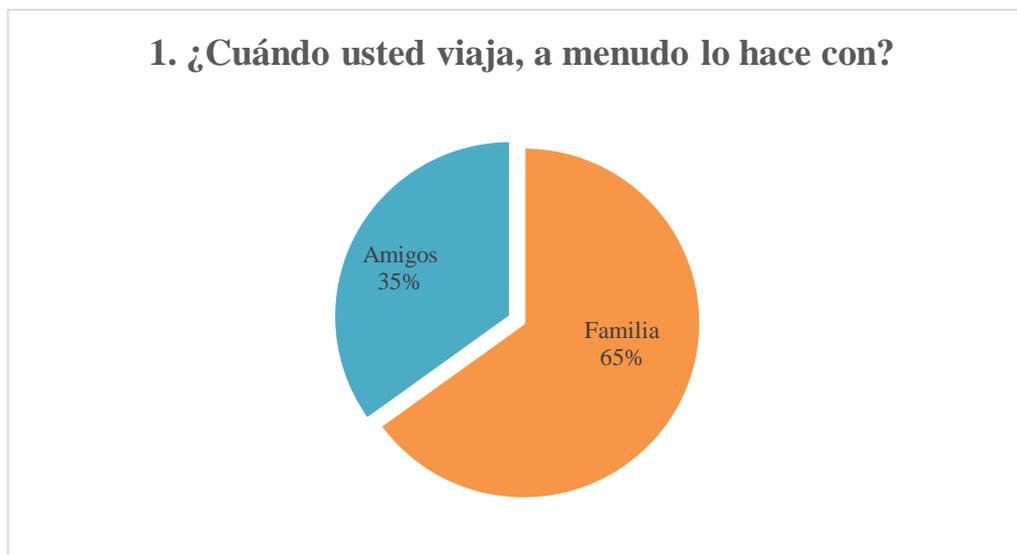


Figura N°8

Pregunta N° 1

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 160 que representan el 65 % viaja con familia; mientras que 86 que son el 35% viaja con amigos.

2. Según su criterio. La provincia de Imbabura es mayormente conocida por:

Tabla N° 15

Pregunta N° 2

	#	%
Gastronomía	86	35%
Turismo	113	46%
Comercio	47	19%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Marisol Durán

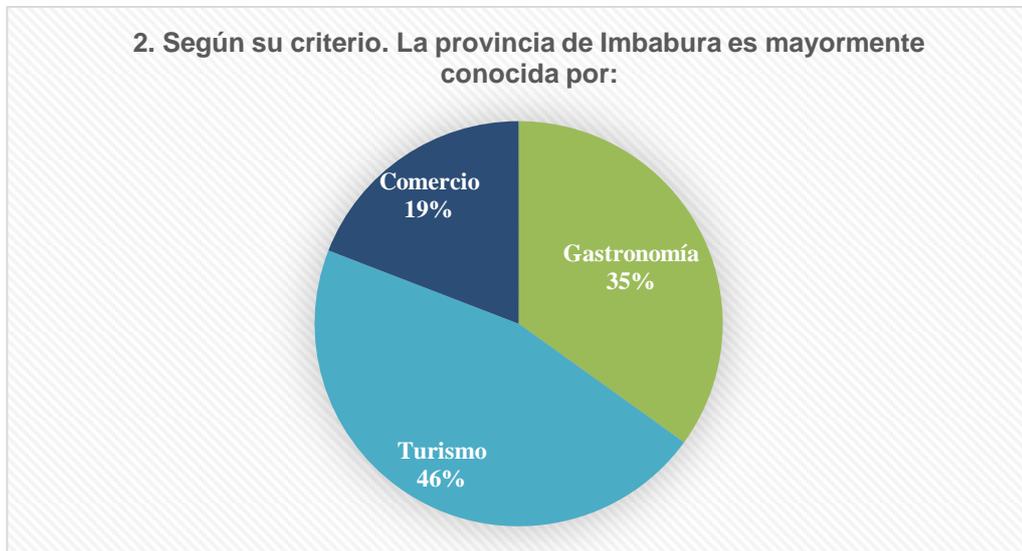


Figura N° 9

Pregunta N°2

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

De 246 personas encuestadas. 113 que representan el 46 % conocen a Imbabura por la Turismo; mientras que 86 que representa el 35% la conocen por Gastronomía y 47 que son el 19% la conocen por el Comercio.

3. ¿Le gustaría conocer una ruta ciclista ecológica para realizar ciclismo de aventura?

Tabla N° 16

Pregunta N° 3

	#	%
Una vez al año	12	15%
Solo días Festivos	180	73%
Otros	54	22%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Durán



Figura N° 10

Pregunta N° 3

Elaborado por: Fanny Durán.

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 180 personas que representan el 73% visita Imbabura solo días festivos; mientras que 54 personas que son el 22% lo hace por otras circunstancias, las 12 personas restantes lo hace una vez al año con 5%.

4. Su visita a la provincia de Imbabura se da por fines...

Tabla N° 17

Pregunta N° 4

	#	%
Familiar	47	19%
Negocios	32	13%
Turismo	167	68%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Durán

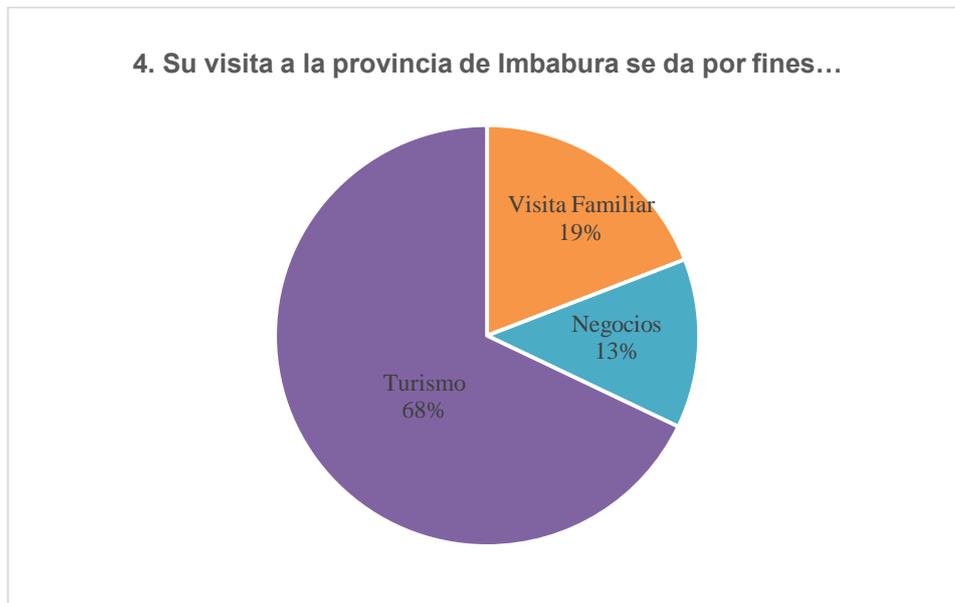


Figura N°11

Pregunta N° 4

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 167 que representan el 68% de la muestra visitan Imbabura por Turismo; mientras que 47 que son el 19% viajan por visitar a sus familias y las 32 personas restantes que son el 13% viajan por Negocios.

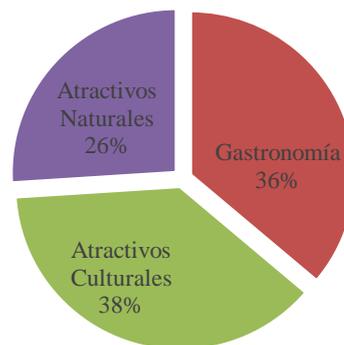
4. Considera que un tour es mejor en donde tenga que disfrutar de:

Tabla N° 18

Pregunta N° 5

	#	%
Gastronomía	89	36%
Atractivos Culturales	93	38%
Atractivos Naturales	64	26%
Total	246	100%

5. Considera que un tour es mejor en donde tenga que disfrutar de:



Elaborado por: Fanny Durán

Figura N° 12

Pregunta N° 5

Elaborado por: Fanny Durán.

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 93 que representan el 38% de la muestra que disfruta de un tour siempre que tenga Atractivos Culturales; mientras que 89 que son el 36% disfruta de un tour por sus Atractivos Naturales y las 64 personas lo hace por su Gastronomía.

5. ¿Conoce Ud. la variedad de quesos que se fabrican en la provincia de Imbabura?

Tabla N° 19

Pregunta N° 6

	#	%
SI	242	83%
NO	24	17%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Durán

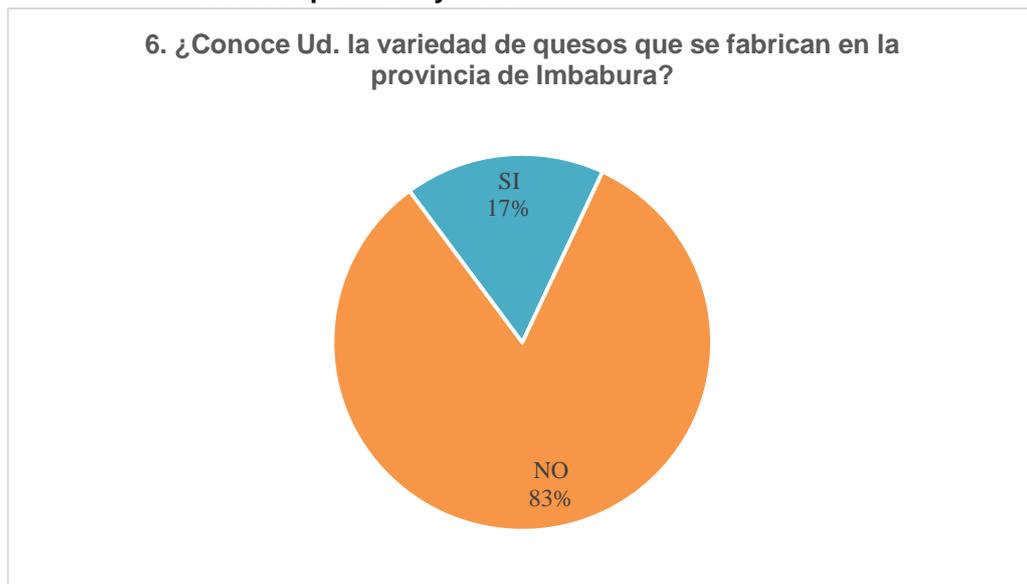


Figura N° 13

Pregunta N° 6

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 204 que representan el 83% de la muestra no conoce la variedad d quesos; mientras que 42 que son el 17% si conocen la variedad de quesos.

6. ¿Le Interesaría realizar un tour con el fin de participar en la degustación y preparación del queso?

Tabla N° 20

Pregunta N° 7

	#	%
Si	219	89%
NO	27	11%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Durán

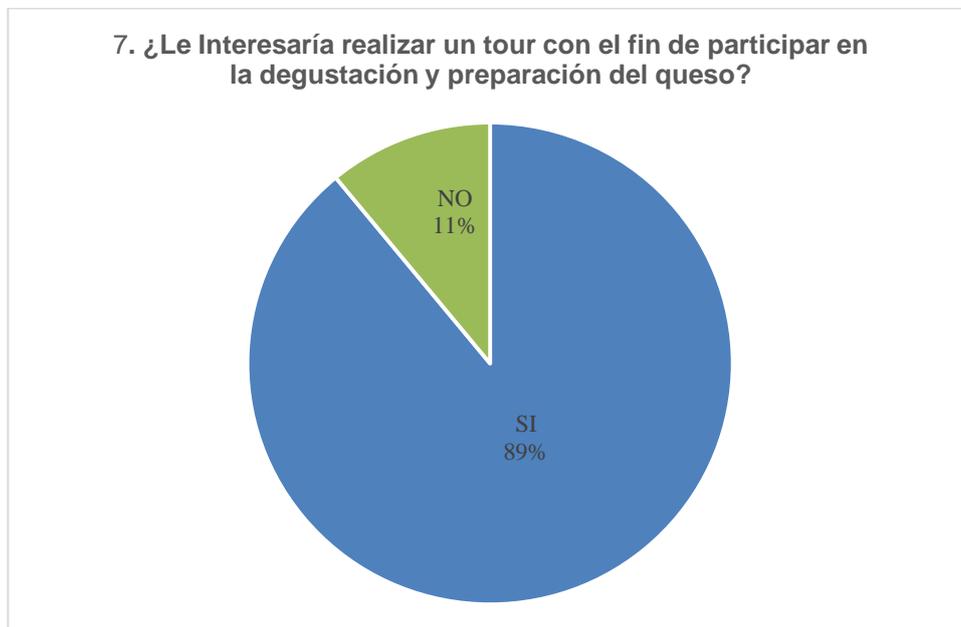


Figura N° 14

Pregunta N° 7

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 219 que representan al 89% de la muestra si estaría dispuesto a degustar el queso; mientras que 27 que son el 11% no estaría dispuesto a probarlo.

7. ¿Con que frecuencia consume usted Queso?

Tabla N°21

Pregunta N° 8

	#	%
Diario	29	12%
Semanal	145	59%
Quincenal	52	21%
Mensual	20	8%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Durán

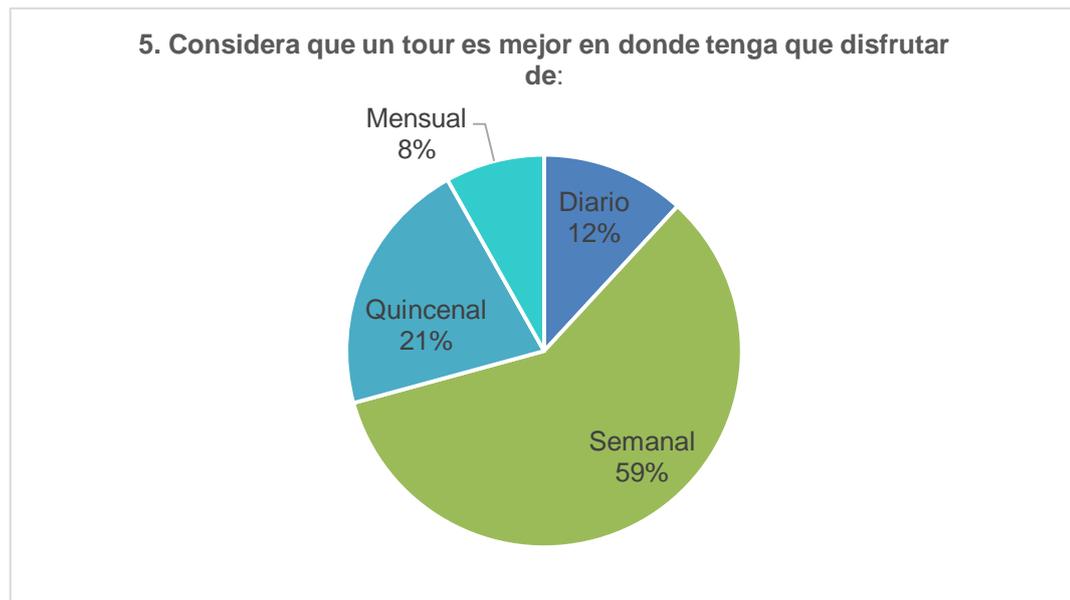


Figura N° 15

Pregunta N° 8

Elaborado: Fanny Durán

Análisis: De 246 personas encuestadas, 145 que representan al 59% de la muestra consumen semanalmente queso; mientras que 52 personas consume quincenal con un 21%, las 29 personas consumen a diario que representa el 12% y las 20 restantes consumen mensualmente queso con 8%.

8. ¿Qué clase de queso a degustado?

Tabla N° 22

Pregunta N° 9

	#	%
Queso de Hoja	11	45%
Queso Fresco	118	48%
Queso Gourmet	17	7%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Durán

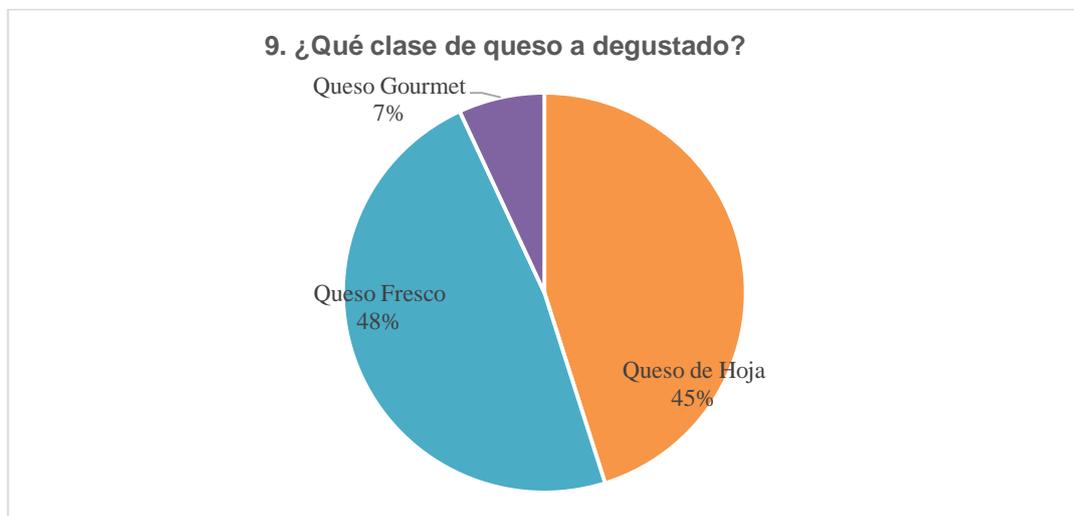


Figura N°16

Pregunta N° 9

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 111 que representan al 45% de la muestra escogió Queso de hoja; mientras que 118 que son el 48% le gusta queso fresco y las 17 personas escogió queso Gourmet con un 7%.

9. ¿Considera importante el rescate de las tradiciones Gastronómicas en nuestro país?

Tabla N° 23

Pregunta N° 10

	#	%
Si	229	93%
No	17	7%
Total	246	100%

Elaborado por: Fanny Durán

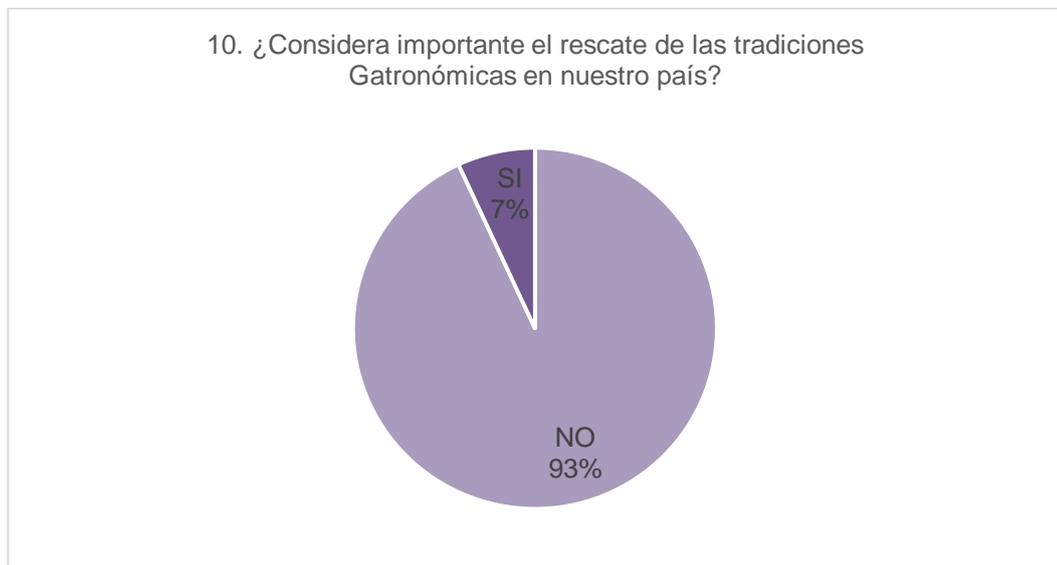


Figura N° 17

Pregunta N° 10

Elaborado por: Fanny Durán

Análisis:

De 246 personas encuestadas, 229 que representan al 93% considera que es importante rescatar las tradiciones, mientras que 17 que son el 7% no les interesa el rescate de las tradiciones.

CAPÍTULO VI

6.01 Aspectos Administrativos

6.01.02 Recursos Humanos

- Investigador
- Asesor / Tutor
- Personal ganadero (provincia de Imbabura)

6.01.03 Recursos Materiales

- Papelería
 - Copias
 - Empastados
 - Anillados
 - CD
- Equipos informáticos
 - Computador
 - Servicio de internet
- Material publicitario
 - Trípticos
 - Dípticos
 - Guía informática

6.02 Presupuesto

Tabla N° 24

Presupuesto

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Material Publicitario			
Díptico	1000	0,25	40,00
Cd	10	5,00	50,00
Otros Gastos			
Movilización	--	250,00	250,00
Alimentación	12	2.50	30.00
Hospedaje	2	15,00	30,00
TOTAL			400,00

Elaborado por: Fanny Marisol Durán

Análisis:

El presupuesto anterior contiene valores estimados de gastos durante la ejecución del proyecto. Los valores detallados serán asumidos por el autor del proyecto en su totalidad.

6.03 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Es un calendario que nos ayuda mantener un estricto control en fechas de entrega de nuestras actividades en el proyecto.

Tabla Nº 25

MES	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE
CAPÍT.							
I			X				
II				X			
II					X		
IV						X	
V							X
VI							X
VII							X
Defensa del proyecto							X

Elaborado por: Fanny Durán

CAPÍTULO VII

7.01 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- Imbabura es una provincia que forja gran número de queso y este provoca que haya grandes ingresos en el país por la venta de dicho alimento.
- Esta ruta turística promueve el nacionalismo y la cultura con sus productos y lugares turísticos haciendo grandes cosas por el país.
- La comercialización del queso une la cultura de Ibarra, la gastronomía y también promociona turismo para dicha provincia.
- Al haber turismo en esta provincia e interés por su producto que en este caso sería el queso se impulsará a que haya más trabajo para la producción de este alimento y se enriquezca más la cultura en general haciendo que la gente conozca la tradición de Imbabura.
- Esta ruta turística además de fomentar empleo para las personas, hará que crezca la comercialización del queso pues dicha ruta se enfoca en este tradicional y delicioso alimento, provocando que haya más ingreso en la provincia.

7.02 Recomendaciones

- Informar a organizaciones o personas influyentes para que puedan ayudar en este proyecto aportando conocimientos para la fabricación del queso, ayuda económica o muchas cosas más. Con ayuda de los habitantes esta provincia tendrá un repunte económico.
- Proveer a los campesinos del material necesario para la elaboración del queso para así poder producirlo con mayor eficiencia.
- Realizar marketing para que esta ruta se dé a conocer en la mayoría de los lugares de Quito y Ecuador.
- Posteriormente de haber realizado este proyecto sería conveniente ver los cambios que han ocurrido en la economía, empleos y en general la forma de vivir de los habitantes de Imbabura para observar si se ha realizado avances en nuestro objetivo.
- Si analizamos después de que se haya llevado a cabo el diseño y nos damos cuenta que no hubo cambio positivo para dicha provincia se deberá estudiar profundamente que se hizo mal y volver a plantear algo mucho mejor por el bien de Imbabura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvear, Leonardo. (2007), Operación Turística, Ecuador

Guamán, Idelfonso, (2010), Atlas del Ecuador, Ecuador

La guía de Geografía. (2007), Ecuador

Samana, (2010), Ecuador

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Recuperado de:

http://www.luxurylatinamerica.com/spa/ecuador/hacienda_zuleta.html

Recuperado de: http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-

Recuperado de: Turismo-2008-SERNATUR.pdf, 17/05/2015

Recuperado de: <http://www.floralp-sa.com/corporativo-ecuador/resena-historica-dp1.html>

Recuperado de: <http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/resena-historica.html>,
17/05/2015

Recuperado de: <http://www.productoshaciendazuleta.com/queso/contactar/>

Recuperado de: Turismo-2008-SERNATUR.pdf, 17/05/2015

Recuperado de: <http://www.comunazuleta.com/bordados.html>

Recuperado de: <http://www.puertolago.com/esp/hoteles-en-otavalo-imbabura-ecuador/hospedaje-alojamiento-suite-capitan.html>

Recuperado de: <http://www.visitimbabura.com/tours.php?vamenu=3&var=1>

Recuperado de: <http://www.pichincha.gob.ec/pichincha/datos-de-la-provincia.html>

Recuperado de: http://ecuadorextremo.com/regiones/sierra_andina.htm

ANEXOS



Zuleta, Octubre 2015

Ingeniera:
Frikzia Mendoza Msc.
DIRECTORA DE CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

De mis consideraciones.-

Por medio de la presente, comunico a usted que la Srta. Fanny Marisol Durán Llamuca con Cédula de identidad N° 1714483748, realizó su proyecto de titulación con el tema "CREACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA SOBRE LA ELABORACIÓN DEL QUESO EN LA SIERRA NORTE, PROVINCIA DE IMBABURA CON LA FINALIDAD DE DIFUNDIR ESTA ACTIVIDAD".

Cuyo objetivo principal, es fortalecer a desarrollar mediante esta obra de la demanda turística que existe en el país.

Por la colaboración brindada quedamos muy agradecidos.

Atentamente

Ing. José Sandoval
Gerente General



Dir: Zuleta Via Cayambe P. Ibarra Km 20 Telf: 0993657654
Zuleta - Ecuador

Foto De Área De Recepción De Leche



Figura N° 18

Fuente: Fábrica Zuleteño, Área de reposo de leche, año 2015.

Elaborado por: Fanny Durán

Foto de Área de reposo



Figura N° 19

Fuente: Fábrica Zuleteño, Área de recepción de leche, año 2015.

Elaborado por: Fanny Durán

Foto de Arpa para cortar leche



Figura N° 20

Fuente: Fábrica Artesanal Santa Elena, Foto del proceso de Batido y Calentamiento de la leche año 2015.

Elaborado por: Fanny Durán

Foto en área del proceso de moldeado y desuerado.



Figura N°21

Fuente: Fábrica Artesanal Santa Elena, Foto del proceso de Batido y Calentamiento de la leche año 2015.

Elaborado por: Fanny Durán

Foto en área del proceso de reposo



Figura N° 22

Fuente: Fábrica Artesanal Santa Elena, Foto del proceso de Batido y Calentamiento de la leche año 2015.

Elaborado por: Fanny Durán

Laguna de San Pablo



Figura N° 23

Fuente: Lago San Pablo, año 2015

Elaborado por: Fanny Durán

Laguna de San Pablo



Figura N° 24

Fuente: Lago San Pablo, año 2015

Elaborado por: Fanny Durán

Comunidad Zuleta



Figura N° 25

Fuente: Bordados a mano María Esthela, 2015

Elaborado por: Fanny Durán