CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

PLAN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE SAN PABLO URCO, CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Administración Turística y Hotelera

Autor: Guzmán Cuascota Segundo Rafael

Tutor: Abg. Darwin Flores

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es original, autentica, personal que se ha 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.

Segundo Rafael Guzmán Cuascota

CI: 1003532528

CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **GUZMÁN CUASCOTA SEGUNDO RAFAEL.**

Por sus propios y personales derechos, a quién en lo posterior se lo denominará el "CEDENTE", y por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por si Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdoba, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto denominado "PLAN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE SAN PABLO URCO, CANTÓN

CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA", para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Superior Cordillera se desarrolla la creación del plan, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial (Código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el plan, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción: a) La reproducción del plan por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del plan; c) la distribución publica de ejemplares o copia, la comercialización, del plan; d) la protección y registro en el IEPI del plan, a nombre del cesionario; e) ejercer la protección jurídica del plan; f) 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: OBLIGACION DEL CEDENTE.- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del recetario, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del recetario a favor del Cesionario.

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitara 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 sujetara 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 lado arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del lado arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho, e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) el idioma de arbitraje será el español; y , g) La reconvención, en caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 27 días del mes de octubre del dos mil catorce.

f)_____ f)_____

C.C. No. 1719237842 Instituto Tecnológico Superior Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos primeramente a Dios por llenarme de bendiciones cada paso que doy a alcanzar mi meta, porque él me ha iluminado mi camino en esos días de obscuridad y así seguir adelante.

También agradezco a mi esposa por su apoyo incondicional que me ha brindado en todo este tiempo, a mis amigas y familiares que siempre estaban en los momentos más difíciles de mi vida.

A mis queridos Padres que siempre estaban apoyándome y colmándome de bendiciones en los momentos que en los que creía que no lo lograría mi meta.

Agradezco en especial a la Ing. Friktzia Mendoza por ser una excelente maestra y por encaminarme, enseñarme todos los conocimientos que me servirán para ser un joven luchador y excelente profesional para el futuro.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a mis dos queridos hijos y en especial a mi querida esposa, quien fue la persona que ha depositado su confianza en mí para lograr mi propósito

También va dedicado a mis queridos padres por su apoyo incondicional y por todo lo demás muchísimas gracias.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....i

CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..ii

AGRADECIMIENTO.....vii

DEDICATORIA viii

INDICE GENERAL.....ix

ÍNDICE DE TABLAS xiv

ÍNDICE DE FIGURAS.....xv

RESUMEN EJECUTIVO xvi

ABSTRACT.....xvii

CAPITULO I.....1

ANTECEDENTES.....1

1.01 CONTEXTO.....3

1.02 Justificación.....6

1.03 Definición del problema central.....7

CAPÍTULO II.....9

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....9

2.01. Mapeo de involucrados.....9

CAPÍTULO III.....10

PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....10

3.01. Árbol de problemas.....10

3.02. Árbol de objetivos 11

CAPÍTULO IV 12

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS 12

4.01 Matriz de análisis de alternativas 12

4.02 Matriz de marco lógico.....13

CAPÍTULO V 14

PROPUESTA 14

5.01 Plan para el desarrollo del turismo comunitario de la comunidad de San Pablo Urco, cantón Cayambe, provincia de Pichincha.....14

5.01.01 Introducción.....14

5.01.02 Incentivar el interés en la comunidad, junta parroquial y autoridades zonales 15

5.01.03 Fomentar la inversión de instituciones públicas y privadas 16

5.01.04 Organizar a la comunidad con finalidad turística.....16

5.02 Antecedentes y descripciòn de la herramienta 17

5.3 Población y muestra 26

5.04 FORMULACIÓN DE LA HERRAMIENTA 35

CAPÍTULO VI.....37

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 37

6.01 RECURSOS 37

6.01.01TALENTO HUMANO.....37

6.01.02 TECNOLÓGICOS 37

6.01.03 MATERIALES ECONÓMICO.....37

6.02 PRESUPUESTO.....38

6.03 CRONOGRAMA 39

CAPÍTULO VII 41

7.01 CONCLUSIONES.....41

7.02 RECOMENDACIONES 42

ANEXOS.....44

FOTOGRAFÍAS.....46

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 54

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS 55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1 Diagrama de estrategias 12

Tabla Nº 2 Matriz de marco lógico 13

Tabla Nº 3 Presupuesto 38

Tabla Nº4 Cronograma de actividades 40

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico Nº1 mapeo de involucrados 9

Gráfico Nº 2 Árbol de problemas 10

Gráfico Nº 3 Árbol de objetivos 11

Gráfico Nº 4 Conocimiento de turismo comunitario 28

Gráfico Nº 5 Aplicación de turismo comunitario 29

Gráfico Nº 6 Realización de turismo comunitario con familiares 31

Gráfico Nº 7 Colaboración para el desarrollo turístico 32

Gráfico Nº 8 Participación de eventos culturales 33

Gráfico Nº 9 Charlas turísticas en la comunidad 34

Gráfico Nº 10 Creación de un centro de alojamiento en la zona 35

RESUMEN EJECUTIVO

La presente propuesta se basa en plan para el desarrollo del turismo comunitario de la Comunidad de San Pablo Urco en el cual se basa en incrementar el desarrollo turístico en el lugar ya que cuenta con atractivos naturales y culturales

Este proyecto pretende ayudar a los moradores de la comunidad, a ser emprendedores turísticos, ya que cuentan con los recursos necesarios para empezar con esta actividad

Todo esto se lo lograra con la organización de la misma comunidad y el apoyo de los mismos moradores de la comunidad.

ABSTRACT

This proposal is based on plan for community tourism development of the Community of San Pablo Urco in which is based on increasing tourism development in place because it has natural and cultural attractions This project aims to help the community and its residents to become tourism entrepreneurs, since they have the resources to get started with this activity All this is achieved with the organization of the community and the support of community residents themselves.

CAPITULO I

ANTECEDENTES

INSTITUCIONES: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

TEMA: "PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE SAN LUIS DE GUACHALÁ, PROVINCIA DE PICHINCHA, PARA MEJORAR LA SITUACION SOCIO-ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN"

AUTOR: ROBERTO PAÚL ACOSTA CABRERA

FECHA: SEPTIEMBRE 2013

INSTITUCIONES: UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES TURISTICAS

TEMA: RESUMEN EJECUTIVO DE LA COMUNIDAD DE SAN PABLO URCO

AUTOR: UTC

INSTITUCIONES: UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

TEMA: "PROMOCION Y DESARROLLO COMERCIAL DE LOS RINCONES TURISTICOS DEL CANTON CAYAMBE DE LA PROVIMCIA DE PICHINCHA"

AUTOR: LOURDES DEL PILAR CASTILLO CAMPUES

FECHA: SEPTIEMBRE 2010

CONCLUSION: Este proyecto de tesis me ayudara bastante en el desarrollo de mi tesis ya que cuenta con puntos importantes que me servirán de apoyo.

1.01 CONTEXTO

La comunidad de San Pablo Urco se encuentra ubicada a cuarenta y cinco minutos del Cantón Cayambe y a quince minutos de la Parroquia de Olmedo; está limitada al norte con la Comunidad de Pesillo, al sur con la Comunidad del Chaupi, al este con la Comunidad de La Chimba y al oeste con el Páramo de Cusin; está dividida en cinco sectores principales que son: San Pablo Urco Grande, donde se encuentra ubicada la casa hacienda donde funciona la casa comunal para reuniones y capacitaciones; San Pablo Urco Chico, Sector Pigpiga, Ñaños y mirador y Centro Cívico.

Su nombre proviene del lago que lleva este nombre y Urco que significa casa en referencia a una antigua hacienda que se construyó allí.

Esta comunidad pertenece a la etnia los kayambis y en la actualidad habitan aproximadamente doscientos cincuenta familias y cada una consta de cuatro a cinco miembros.

San Pablo Urco pertenece a una importante Área protegida que es la Reserva Cayambe Coca

De acuerdo con la tradición de los habitantes del sector, existe una abundante producción agrícola, los miembros de la comunidad salen a trabajar en el campo en la crianza de animales como: ovejas, aves y el más importante por su gran producción de leche es el ganado; además se dedican a la producción de maíz, trigo, cebada, papas, quinua, habas, fréjol, melloco, lenteja, arveja, cebolla, hortalizas y frutas, lo producido se destina al auto consumo.

La producción artesanal es casi nula, pero las mujeres de la comuna realizan tejidos y bordados especialmente para sus propias familias y el consumo interno.

Tienen en su calendario festivo la celebración del inty raymi que es la fiesta de la cosecha, festividades religiosas como San Pedro y San Pablo, entre otras

La comunidad es debidamente organizada, tiene su propio dirigente quien es el encargado de tomar la iniciativa y las decisiones en consenso con otros dirigentes de bajo rango, es asi que han logrado pertenecer al Concejo de Desarrollo de Nacionalidades y Pueblos (CODENPE) y, gracias a este trabajo han logrado consolidar sus mini proyectos y mantenerlos.

La comunidad hasta el momento ha desarrollado tres mini proyectos que son: la quesería, la tienda y el molino

La Quesería, fue establecida con el apoyo económico y capacitación del Concejo Provincial de Cayambe, la producción es baja y es destinada al consumo interno y también para la distribución y venta en Cayambe y Quito.

La tienda comunitaria está destinada para la venta de quesos y productos en general para consumo especialmente interno.

El molino funciona con electricidad y ofrece el mejor servicio de la región y en el sector, donde se elabora el balanceado, la harina de trigo y cebada, todo para la venta en las comunidades aledañas y para el consumo de los propios habitantes de la comunidad.

Además por su gran esfuerzo, dedicación y la colaboración de todos los habitantes, se han esforzado por crear fuentes educativas para sus miembros es así, que poseen dentro de la misma la Escuela Humberto Fierro, para la educación primaria, además cuenta con guardería y para los miembros mas pequeños.

En el sector del Centro Cívico han construido con el apoyo del Concejo Provincial del Cantón Cayambe, un salón de actos y reuniones, donde realizan sus asambleas y festividades, este se encuentra junto a la casa hacienda que en la actualidad se encuentra en deterioro

1.02 Justificación

El propósito de realizar este proyecto de titulación es la creación de un plan turístico para el desarrollo de la comunidad de San Pablo Urco, ya que en este sector existe abandono por parte de las autoridades gubernamentales, en cuanto se refiere a los recursos que pueden contribuir a la operatividad turística comunitaria del sector.

Uno de los impedimentos para el desarrollo turístico de la comunidad, ha sido el desinterés de los dirigentes de la comunidad, de los miembros de la junta parroquial, de los mismos comuneros y demás colaboradores de los diversos sitios de actividad.

Además condiciones de servicio público e infraestructura en el sector, como por ejemplo, no tener vías de acceso en condiciones aceptables ha generado que los mismos turistas locales y extranjeros desconozcan los atractivos naturales y culturales, también la información poco verídica, la falta de difusión turística y una mejor organización ha contribuido al retraso turístico del sector.

Es por eso que para el crecimiento de la comunidad se implementará un plan de desarrollo turístico en la comunidad, con el fin de desarrollar estrategias de mercadeo a nivel nacional, creando una página web con datos confiables y verídicos, donde los turistas puedan tener un fácil acceso y comprendimiento del lugar a visitar

Una más de las estrategias a realizarse será el desarrollo de folletos turísticos, volantes de información turística, en el cual se podrá observar cada uno de los atractivos culturales, naturales y un mapa turístico para una fácil ubicación de los turistas nacionales e internacionales a visitar a la comunidad

Con todos estos recursos naturales, culturales y con la adecuada gestión turística en la zona no sólo se puede mejorar la calidad de vida, sino también se puede convertir a la comunidad en un destino turístico de preferencia para los visitantes y a su vez generar nuevas fuentes de trabajo para los pobladores de la comunidad de San Pablo Urco, teniendo muy en cuenta la preservación del medio ambiente, y así incentivar el turismo interno y a nivel internacional.

1.03 Definición del problema central

El problema es la inexistencia de un plan de desarrollo turístico en la comunidad, generado por la falta de conocimiento e interés de la actividad turística de los moradores, dirigentes y autoridades de la comunidad de San Pablo Urco, zonales cantonales y provinciales.

Esto en los últimos años ha generado el olvido del desarrollo de la actividad turística en esta comunidad existiendo pobreza en los moradores del sector, además que no existe apoyo por parte del sector público y privado.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01. Mapeo de involucrados

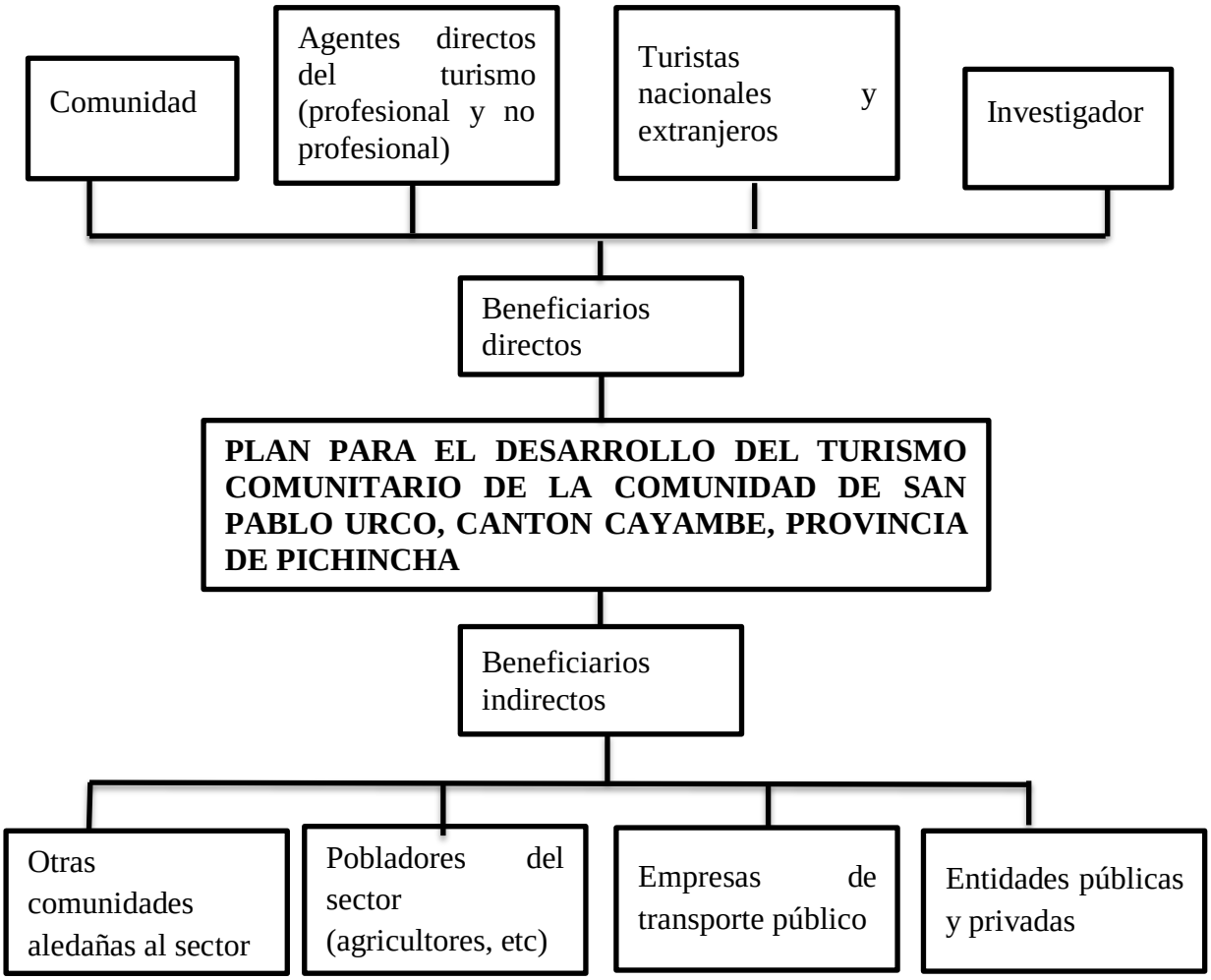

Gráfico Nº1 mapeo de involucrados

CAPÍTULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01. Árbol de problemas

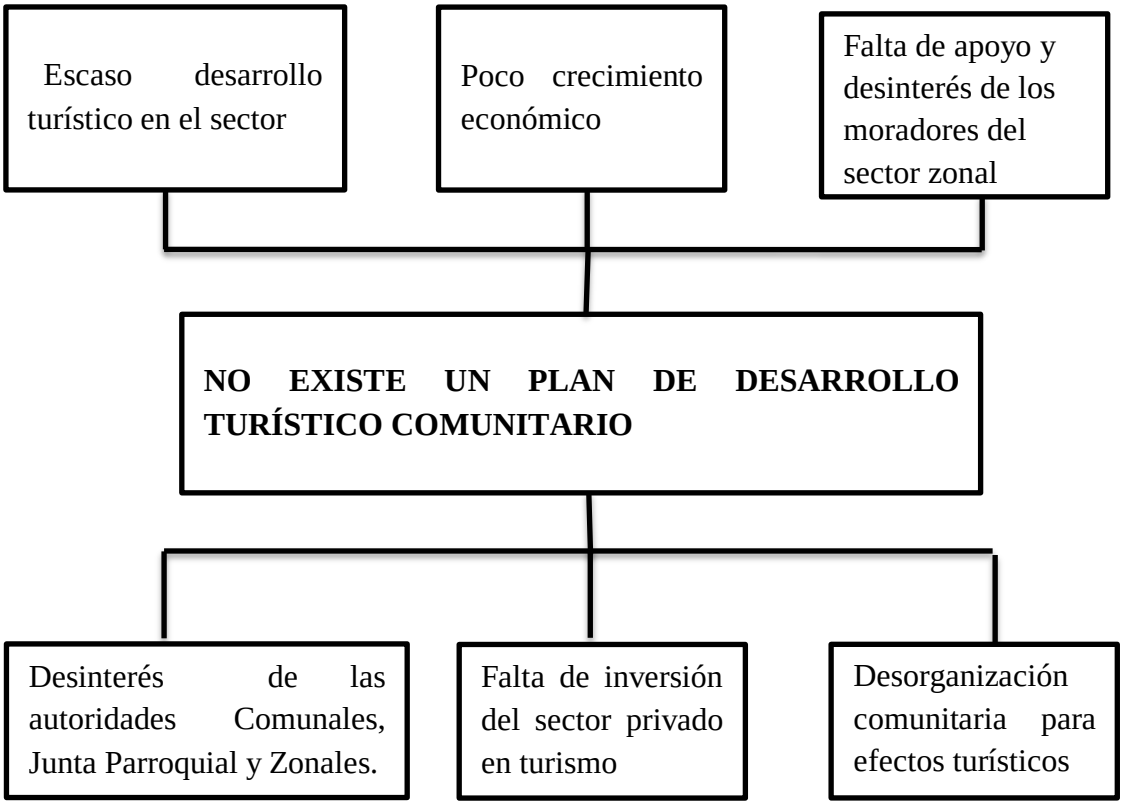

Gráfico Nº 2 Árbol de problemas

3.02. Árbol de objetivos

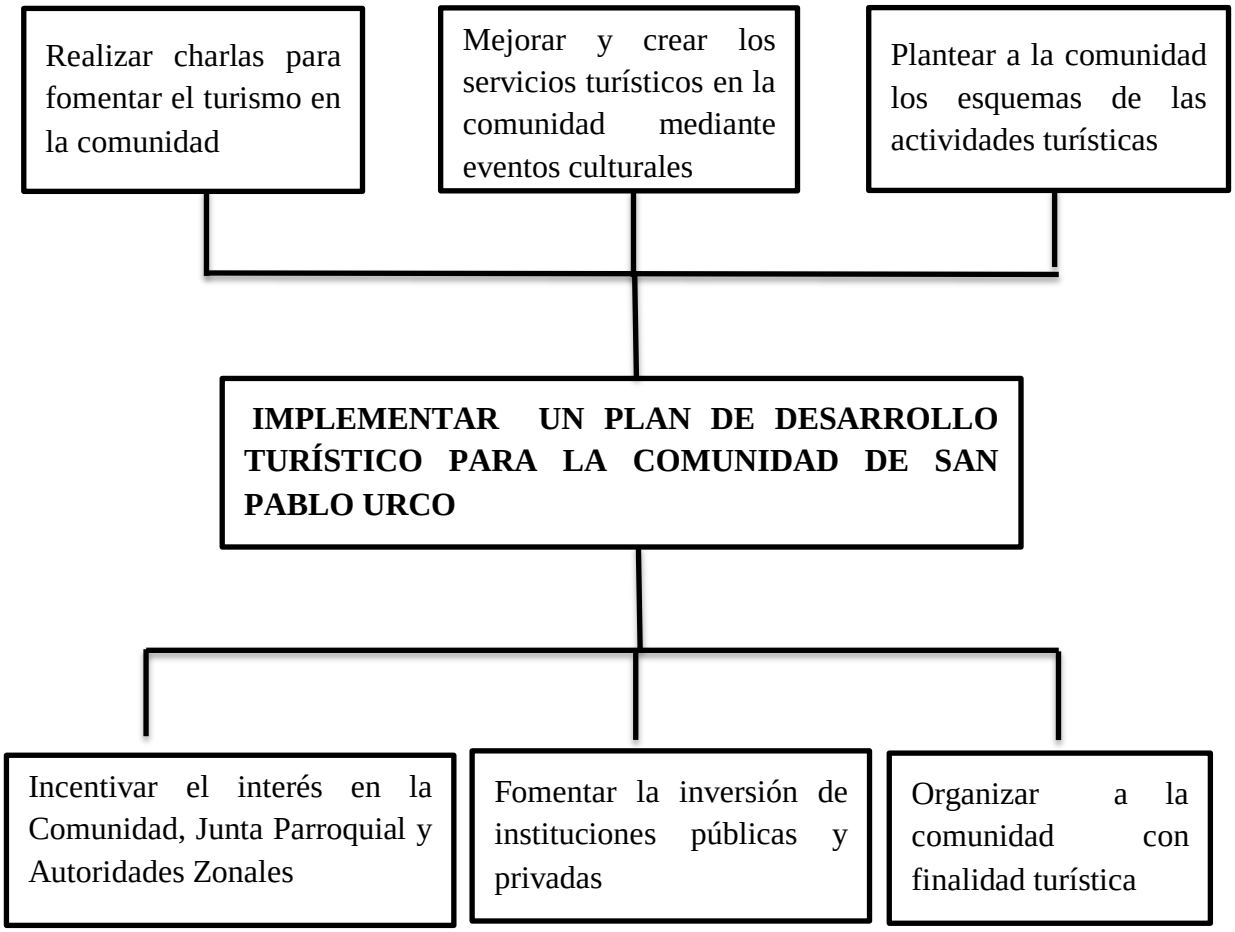

Gráfico Nº 3 Árbol de objetivos

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01 Matriz de análisis de alternativas

Tabla Nº 1 Diagrama de estrategias

OBJETIVOS	Impacto sobre el	Factibilidad	Técnica	Factibilidad	financiera	Factibilidad	social	Factibilidad	política	Total	Categoría
Potencializar el turismo en la comunidad	3		4		4		3		2	16	Alto
Organizar a la comunidad	3		2		4		3		1	13	Medio Alto
Involucrara a los moradores	3		3		4		3		2	15	Alto
Crear un centro cultural	3		4		4		4		2	17	Alto
TOTAL	12		13		16		13		7	61	

4.02 Matriz de marco lógico

Tabla Nº 2 Matriz de marco lógico

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
FINALIDAD **Implementar un plan para el desarrollo del turismo comunitario de la comunidad de San Pablo Urco**	Aumento de la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros.	Incremento de puestos de empleo.	Municipio del cantón Cayambe
PROPÓSITO **Promover el turismo a nivel nacional e internacional**	Mejorar y crear los servicios turísticos en la comunidad	Disminución de pobreza en el sector	Cámara de turismo del cantón Cayambe
COMPONENTES **Capacitación Talleres Charlas**	Moradores del sector	Mejora en las guianzas y servicio a los turistas.	Ministerio de Turismo Apoyo de profesionales expertos en el tema.
ACTIVIDADES **Encuestas Visitas de campo**	Reconocer las necesidades y fortalezas de la comunidad de San Pablo Urco	Mejoramiento del lugar y crecimiento de la afluencia de público.	Municipio del Cantón Cayambe

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.01 Plan para el desarrollo del turismo comunitario de la comunidad de San Pablo Urco, cantón Cayambe, provincia de Pichincha

5.01.01 Introducción

La actividad turística en los últimos años ha crecido en el Ecuador de una manera responsable y a pasos agigantados, es por este motivo que las muchos emprendedores han formado sus propios negocios con respecto a la actividad turística.

Sin embargo existe muchas comunidades que teniendo muchos atractivos turísticos, ya sean atractivos culturales como naturales, no ha existido la oportunidad de crecer turísticamente.

La comunidad de San Pablo Urco no es la excepción, porque en dicho sector existiendo atractivos turísticos, no existe el apoyo profesional de personas preparadas quien puedan a los moradores del sector encaminar a la actividad turística

Es por eso que en la comunidad existe mucha pobreza y por ende hay olvido de la comunidad, esto hace la motivación en crear un plan de desarrollo turístico comunitario para que todas las personas participen y se beneficien de su propio esfuerzo y puedan crecer como comunidad en la actividad turística.

5.01.02 Incentivar el interés en la comunidad, junta parroquial y autoridades zonales

Unas de las principales actividades son a realizar dar charlas a la comunidad, esto se realizara en las asambleas que tiene la comunidad mediante el apoyo de material adecuado que sea de una fácil comprensión para las personas que asistirán en las charlas.

Esto servirá para que los moradores tengan el conocimiento, y no tengan dudas al dirigirse a los turistas, con esto se lograra incentivar a los jóvenes que se encaminen a la actividad turística en su comunidad

Así como también incentivar a escuelas, colegios y universidades para que el lugar sea visitado y apreciado primeramente por nosotros mismos que somos quien queremos dar a conocer nuestra comunidad como atractivo turístico a nivel nacional.

5.01.03 Fomentar la inversión de instituciones públicas y privadas

En la comunidad en la actualidad se necesita mucha inversión por parte del municipio y de las autoridades privadas para poder desarrollar la actividad turística, sin embargo con el apoyo de los mismos dirigentes de la zona armaremos unas estrategias para poder conseguir apoyo a estas instituciones públicas y privadas.

Para fomentar esta actividad deberán realizar oficios a empresas públicas como privadas, este apoyo servirá para la adquisición de materiales que se necesite, para la restauración de los atractivos culturales que ya existieron en el sector o también para realizar encuentros culturales en el sector.

Con todo este apoyo será necesario para el desarrollo de la misma comunidad mediante el apoyo de los mismos comuneros

5.01.04 Organizar a la comunidad con finalidad turística

Unos de los principales objetivos es organizar a la comunidad, ya que en una investigación de campo el resultado fue que todos los moradores del sector no existe

unión, por lo cual en otras comunidades aledañas no se puede llegar a un acuerdo de apoyo

Esto es unos de los factores más importantes ya sean en una empresa o en este caso en la comunidad tener una estructura más adecuada y designar funciones a cada una de las personas que habitan en el sector

5.02 Antecedentes y descripciòn de la herramienta

5.02.01 Capacitación

La capacitación es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales. Puede ser interna o externa, de acuerdo a un programa permanente, aprobado y que pueda brindar aportes a la institución.

5.02.02 Servicio al cliente

Unas de las principales herramientas que se utilizara para el desarrollo del proyecto, será la capacitación a todos los dirigentes y moradores de la comunidad, asi todas las personas del sector podrán expresarse mejor y podrán dar un mejor servicio a los visitantes a la comunidad

El servicio al cliente es uno de los factores principales para el desarrollo del turismo comunitario, porque todas las personas que realizan turismo necesitan ser bien recibidas y acogidas con una buen servicio y con calidez quien los van a recibir

La importancia de esta capacitación es para que los encargados de guiar a los turistas, al momento de dirigirse a los turistas tenga la capacidad de brindar un excelente servicio ya sea verbal o al tener contacto directo con los clientes

5.02.03 Técnicas de guiar

Es necesaria una capacitación de técnicas de guiar a los moradores y dirigentes de la comunidad, ya que esta es una de las herramientas que van siempre juntas tanto servicio al cliente, como técnicas de guiar, en como dirigirse a un cliente o turista

En dicha capacitación se tratará temas muy importantes para el desarrollo personal como profesional de las personas de la comunidad de San Pablo Urco

La prioridad es brindar charlas a los moradores de la zona para que tengan la habilidad, destreza y lo más importante que pierdan el miedo a dirigirse a un grupo de personas o turistas

5.02.04 Marketing

Designa el conjunto de actividades desarrolladas para conocer el mercado y adecuar a él los productos y los servicios de la empresa

Técnicas de marketing

Son todos aquellos instrumentos que permiten actuar sobre el mercado. De su aplicación correcta o incorrecta depende del éxito de la operación del marketing que se esté desarrollando. Se pueden desarrollar en:

Política de productos: Comprende aspectos como la elección de los productos que van a venderse, sus características técnicas y su presentación

Política de distribución: es el elemento más importante es la elección del canal de distribución, es decir, la forma de hacer llegar el producto a los clientes

Política de promoción: Además de la venta directa, que de algún modo ayuda a la promoción del producto, los pilares en que se basa esta política son la publicidad y la promoción de ventas

Estrategias de marketing

Una estrategia de marketing es un método por el cual una empresa u otra organización buscan concienciar a los consumidores de un mensaje específico, a menudo relacionado con un producto o servicio en particular.

Esta estrategia se compone de un número de diferentes piezas relacionadas con el diseño y la distribución del mensaje. Todas las estrategias de marketing son planes; la ejecución real de una campaña de marketing puede diferir en gran medida de la estrategia.

Marketing es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio.

La dirección de Marketing es una función de las empresas incluida en su planificación estratégica.

Las cuatro actividades fundamentales para el desarrollo de la función anterior giran en torno a decisiones sobre productos, precios, comunicación y distribución.

El intercambio no subyace sólo en los bienes y servicios, sino que se incluye cualquier clase de intercambios de valores, lo que implica ampliar el objeto del Marketing más allá de lo meramente económico.

La satisfacción de los deseos y necesidades de los consumidores debe situarse por tanto en el mismo nivel que la consecución de los objetivos de las organizaciones.

La clave para alcanzar los objetivos de una organización consiste en identificar las necesidades y deseos del público objetivo y entregar los satisfactores deseados de una forma más efectiva y eficiente que la competencia.

Hay que equilibrar tres consideraciones a la hora de establecer las políticas de marketing: Beneficios de la empresa, satisfacción de los deseos de los consumidores, e interés público

5.02.05 PÁGINA WEB

Una página web se define como un documento electrónico el cual contiene información textual, visual y/o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores.

Una página web forma parte de una colección de otras páginas webs dando lugar al denominado sitio web el cual se encuentra identificado bajo el nombre de un dominio.

La creación y desarrollo de una página web se realiza bajo un lenguaje de programación capaz de ser interpretados por los navegadores, lenguajes como el HTML, PHP, ASP, JSP o RUBY son ejemplos entre otros. Al inicio de la era de internet accesible, sobre los años noventa, era necesario el conocimiento de algún lenguaje de programación para el desarrollo de una web, siendo una tarea encomendada a personas con altos conocimientos informáticos, hoy en día contamos con software especializado capaz de trabajar como un editor de texto ,estilo Word, que transforman toda la información insertada en un lenguaje de programación capaz de ser interpretado por los navegadores, de esta forma se liberalizó y se globalizó la creación de páginas webs con apenas unos escasos conocimientos informáticos, programas como Dreamweaver, Amaya, Sharepoint Designer o Mozilla Composer son entre otros los denominados WYSIWYG (acrónimo del inglés " lo que ves es lo que obtienes") capaces de crear complejas páginas webs con el entorno de un simple editor de texto.H

El propósito de crear la una página es dar un mejor servicio a los turistas, ya que en la actualidad todos los turista nacionales no saben en realidad en donde queda en si la comunidad, y esto impide el desarrollo a la zona

Ahora en la actualidad la mayoría de las personas están actualizadas a la tecnología, esto es debido a que la tecnología cada día evoluciona y las personas de la nueva generación del siglo XXI están conectadas con muchas redes sociales

La página web es una de las herramientas principales, ya que en esta se difundirá una verídica información del sector, la ubicación de la comunidad en donde está en realidad ubicada y que sea un entendimiento fácil de las personas que visitaran esta página web su exquisita y deliciosa gastronomía, su cultura, fiestas tradicionales y sus atractivos turísticos que tiene la comunidad

Toda esta información con datos e información verídica y fácil de comprender para los usuarios de las redes sociales, esto servirá y será el punto más estratégico de llegar hoy en día a los posibles turistas que se tendrá a futuro en la comunidad

5.02.06 Investigación de mercados

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos.

Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

Los objetivos de la investigación se pueden dividir en tres:

Objetivo social:

Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

Objetivo económico:

Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

Objetivo administrativo:

Ayudar al desarrollo de su negocio, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

Beneficios de la investigación de mercado

Se tiene más y mejor información para tomar decisiones acertadas, que favorezcan el crecimiento de las empresas.

Proporciona información real y expresada en términos más precisos, que ayudan a resolver, con un mayor grado de éxito, problemas que se presentan en los negocios.

Ayuda a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir un nuevo producto

Sirve para determinar el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, con base en las necesidades manifestadas por los consumidores, durante la investigación.

Determina el sistema de ventas más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado está demandando.

Define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer la empresa, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, etcétera.

Ayuda a saber cómo cambian los gustos y preferencias de los clientes, para que así la empresa pueda responder y adaptarse a ellos y no quede fuera del mercado.

La investigación de mercado es un método para conocer el estado del mercado y/o la opinión pública frente a una situación determinada.

Usualmente es utilizado por empresas para saber de antemano cómo serán recibidos nuevos productos o servicios o para saber cuál es la opinión de un producto o servicio ya existente.

Y también es utilizado por medios de comunicación, políticos y distintas entidades para conocer la opinión de la gente sobre cuestiones ligadas a la política, la economía y la sociedad

5.3 Población y muestra

La población de comunidad de San Pablo Urco es de 2470 habitantes considerando el censo del INEC del 2010, de lo que se aplicara la formula respectiva para poder determinar la muestra y aplicar el instrumento de investigación que será la encuesta

Formula:

$$n = \frac{N}{N - 1\ E\ + 1}$$

$$n = \frac{2470}{2470 - 1 * 0,0081 + 1}$$

$$n = \frac{2470}{2469 * 0,0081 + 1}$$

$$n = \frac{2470}{19,9989 + 1}$$

$$n = \frac{2470}{20,9989}$$

$$n = 117,625$$

Total encuesta 117

ENCUESTA

1 ¿Ha escuchado Ud. Hablar del turismo comunitario?

SI **NO**

X	Fi	%
SI	70	60
NO	47	40
N	117	100

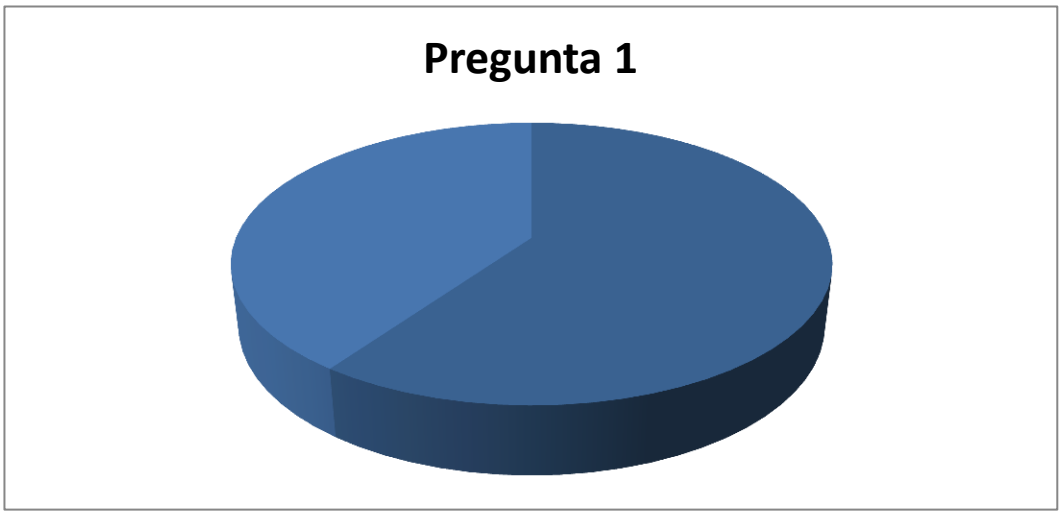

Gráfico Nº 4 Conocimiento de turismo comunitario

Análisis

Al aplicar la presente encuesta se determina que la mayoría de las personas conoce de turismo comunitario, por lo que ayudará a la aplicación de la presente propuesta en la comunidad.

2 ¿Considera Ud. Que si se aplica turismo comunitario en la zona podría lograrse el desarrollo de la misma?

SI **NO**

X	fi	%
SI	82	70
NO	35	30
N	117	100

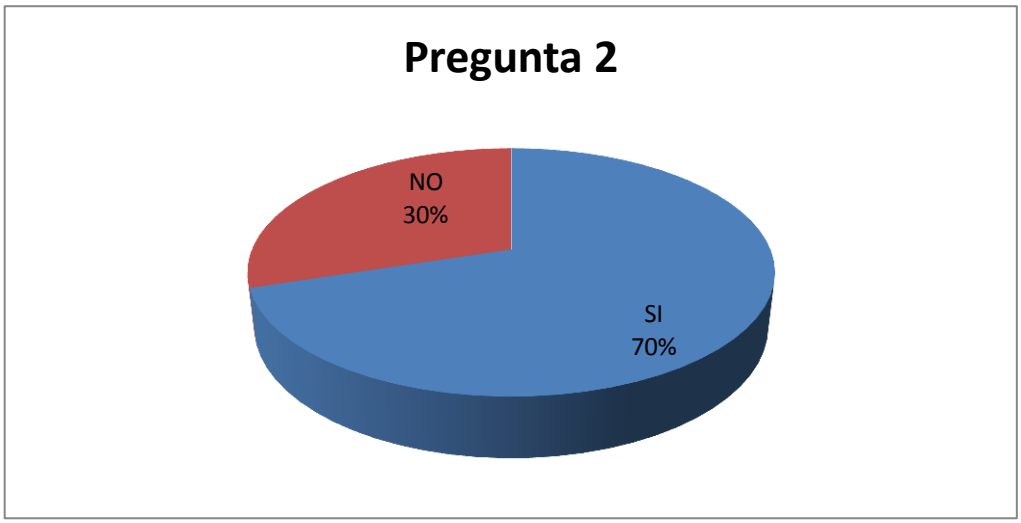

Gráfico Nº 5 Aplicación de turismo comunitario

Análisis

En la presente encuesta en la que se realizó, el 70% de las personas encuestadas, consideran esta actividad lo mejor para la comunidad, en cambio el 30% piensa que esta actividad no se lo realice.

3 ¿Estaría Ud. De acuerdo con su familia realizar turismo comunitario en la zona?

SI **NO**

X	fi	%
SI	80	68
NO	37	32
N	117	100

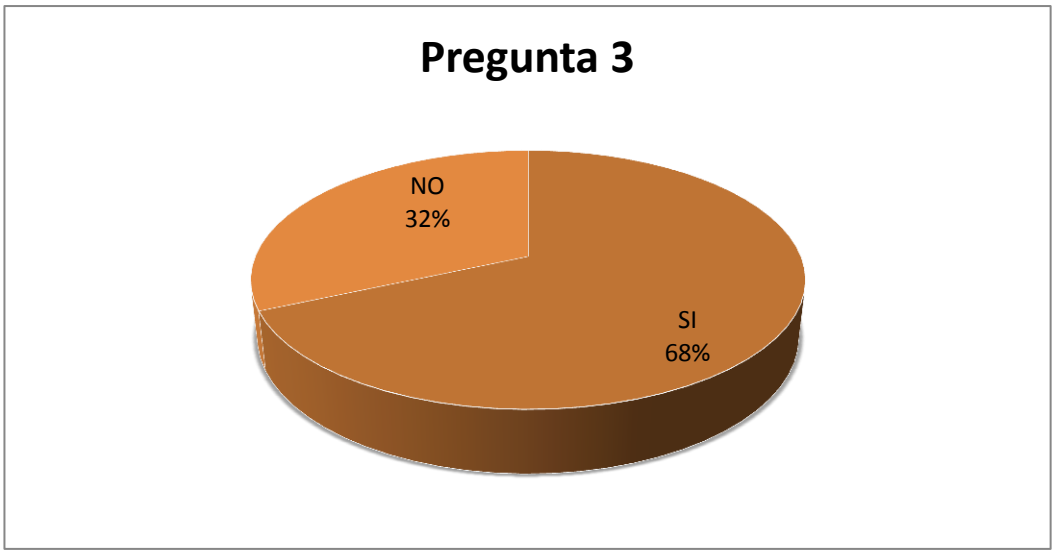

Gráfico Nº 6 Realización de turismo comunitario con familiares

Análisis

Los datos obtenidos en las encuestas realizadas el 32% de los encuestados no están de acuerdo en realizar turismo comunitario en el sector, y el 68% restantes si realizarían turismo con su familia.

4 ¿Desearía Ud. Colaborar para que su comunidad tenga desarrollo turístico?

SI NO

X	fi	%
SI	95	81
NO	22	19
N	117	100

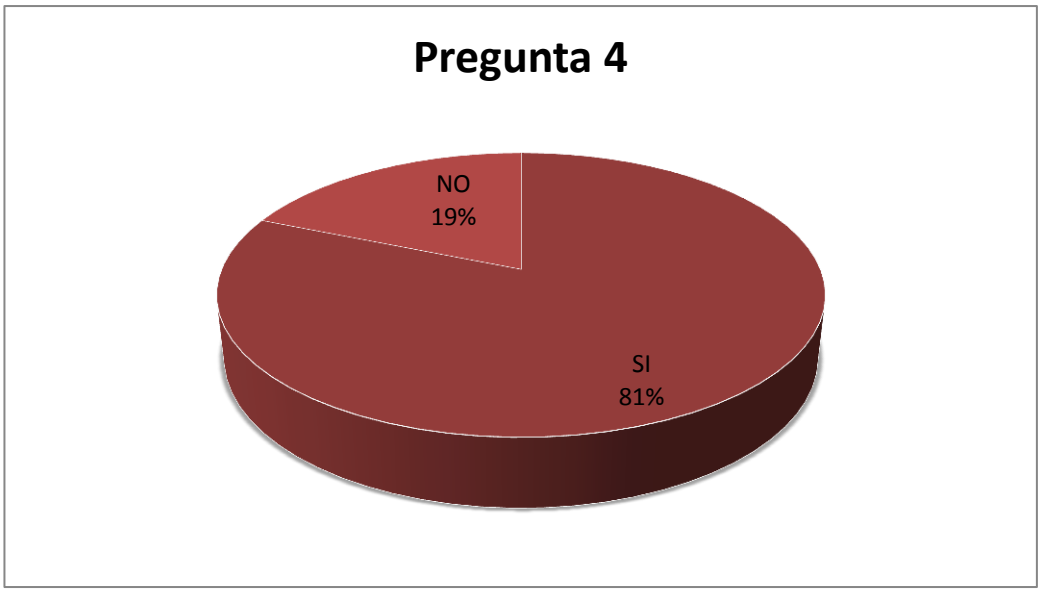

Gráfico Nº 7 Colaboración para el desarrollo turístico

Análisis

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada el 19% de los encuestados no están en la predisposición en colaborar, mientras que la mayoría que es el 81% si están dispuestos y motivados por colaborar para que el sector sobresalga.

5¿Estaría de acuerdo Ud. Participar en eventos culturales en la comunidad?

UNA VEZ AL MES UNA VEZ A LOS 6 MESES UNA VEZ AL AÑO

X	Fi	%
UNA VEZ AL MES	67	57
UNA A LOS 6 MESES	32	27
UNA VEZ AL AÑO	18	15
N	117	100

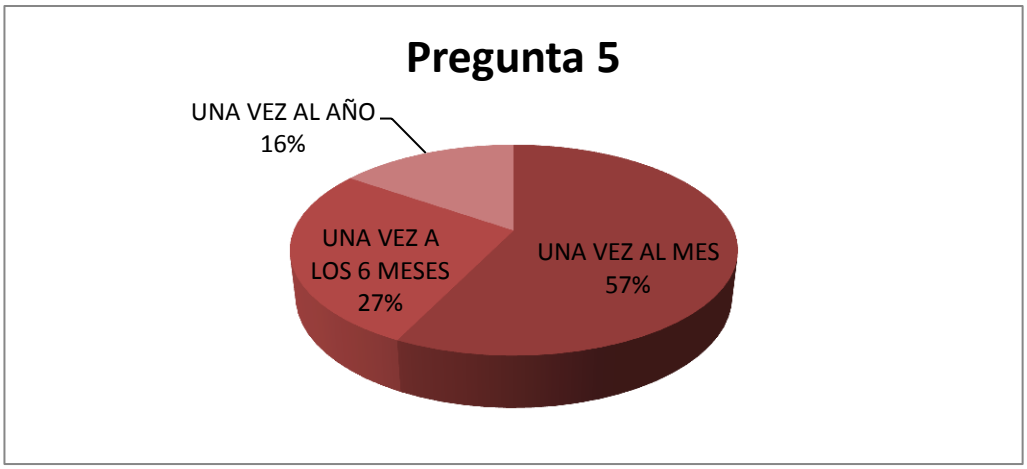

Gráfico Nº 8 Participación de eventos culturales

Análisis

Al aplicar la presente encuesta se determina que el 16% de los encuestados, que una vez al año se debería realizar eventos culturales, en cambio el 27% una vez a los seis meses, y, el 57% una vez al mes que es la mayoría de los encuestados.

6 ¿Cada que tiempo considera Ud. Recibir charlas acerca de turismo en la comunidad?

UNA VEZ AL MES **UNA VEZ A LOS TRES MESES**

UNA VEZ A LOS SEIS MESES

X	Fi	%
UNA VEZ AL MES	83	71
UNA A LOS SEIS MESES	29	25
UNA VEZ AL AÑO	5	4
N	117	100

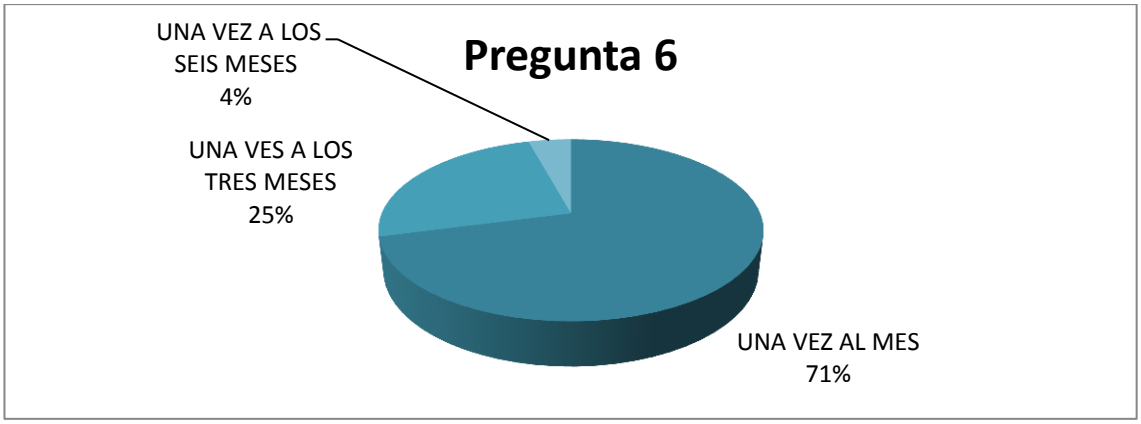

Gráfico Nº 9 Charlas turísticas en la comunidad

Análisis

En la encuesta realizada se determinó que el 4% de los encuestados, se debería realizar una vez a los 4 meses, en cambio el 25% una vez a los tres meses, y, el 71% una vez al mes recibir charlas de turismo en la comunidad.

7 ¿Considera Ud. Necesario la creación de un centro de alojamiento en la zona?

SI **NO**

x	Fi	%
SI	112	96
NO	5	4
n	117	100

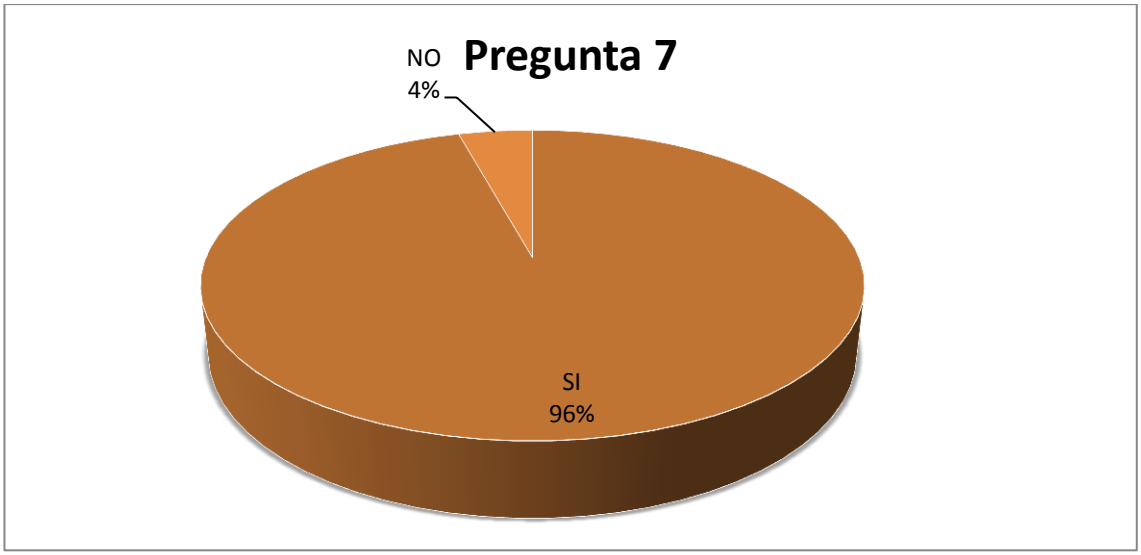

Gráfico Nº 10 Creación de un centro de alojamiento en la zona

Análisis

El presente análisis en la encuesta nos da un resultado que, el 4% de las personas encuestadas consideran que no es necesario, mientras que 96% está de acuerdo con la creación

5.04 FORMULACIÓN DE LA HERRAMIENTA

El plan para el desarrollo del turismo comunitario que se está realizando en la comunidad, se va dar a conocer mediante un convenio con las escuelas y colegios de sus alrededores, esto con el propósito de a todos los niños y jóvenes que se incentiven por visitar los atractivos turísticos de la comunidad

Así como también crear paquetes turísticos y dar a conocer a las aperadoras turísticas o agencias de viajes, el objetivo principal es explotar los atractivos turísticos de una manera racional

También dar a conocer al Ministerio de Turismo para así ser tomados en cuenta para la promoción a nivel nacional

Se realizará charlas en la casa la casa de la hacienda con todos los moradores de la comunidad para poder impulsar el turismo de una mejor manera a los turistas que van a visitar los lugares turísticos

Así como también se realizara una página en donde se detallara todo la misma ubicación sus platos típicos sus fiestas tradicionales y los servicios que se prestara.

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 RECURSOS

6.01.01TALENTO HUMANO

Investigador Rafael Guzmán

Tutor Abg. Darwin Flores

Lector Ing. Friktzia Mendoza

Comunidad San Pablo Urco

6.01.02 TECNOLÓGICOS

Internet

Celulares

Cámara

Flash

Laptop

6.01.03 MATERIALES ECONÓMICO

USD 200

6.02 PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	COSTO
Movilización	60
Copias	10
Internet	30
Impresiones	20
Anillados	10
Empastado	30
Alimentación	40
Total	200

Tabla Nº 3 Presupuesto

6.03 CRONOGRAMA

BLOQUES DE CONTENIDO																
ACTIVIDADES	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
PRESENTACION DEL TEMA				X												
APROBACION DEL TEMA						X										
CAPITULO I																
1. Antecedentes								X								
1.1. Contexto									X							
1.2. Problema Principal										X						
1.3 Justificación										X						
CAPITULO II																
2. Marco Lógico											X					
2.1. Mapeo de Involucrados													X			
2.2. Análisis de Involucrados													X	X		
CAPITULO III																
3.1. Árbol de Problemas															X	
3.2. Árbol de Objetivos																X
CAPITULO IV	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	17	18	19	20	21	22	23	24	1	2	3	4	5	6	7	8
4. Análisis Alternativas	X	X														
4.1. Matriz de análisis de alternativas		X	X	X												
4.2. Matriz de análisis de impacto de los objetivos				X	X											
4.3. Diagramas de Estrategia						X										
4.4. Matriz del Marco Lógico										X	X					
CAPITULO V																
5. PROPUESTA												X				
5.1. Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)													X			

5.2. Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)														X	X	
5.3. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta															X	X
CAPITULO VI	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	X	X														
6.1. Recursos				X												
6.2. Presupuesto					X		X									
6.3. Cronograma								X								
CAPITULO VII																
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																
7.1 Conclusiones													X			
7.2. Recomendaciones																X
	OCTUBRE															
	25	26	27	28												
Presentación del Proyecto de Grado			X													

Tabla Nº4 Cronograma de actividades

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 CONCLUSIONES

En cuanto al desarrollo del turismo comunitario, se puede mencionar que la comunidad se encuentra situado en un lugar donde los turistas tienen un fácil acceso a los atractivos turísticos, por lo que es necesario brindar un excelente servicio a los clientes, y así evolucione de una manera positiva para la ejecución del proyecto

Los turistas son exigentes y experimentados en lo que esperan con respecto al servicio por el que están pagando, lo que conlleva al mejoramiento interno por parte de los prestadores de servicios como: alojamiento, alimentación y actividades turísticas.

La categorización de las actividades turísticas que se pueden realizar en un determinado espacio de la comunidad, ayudan a vender los destinos dependiendo de sus características propias, el turismo comunitario es uno de ellos para el desarrollo del país de y de muchos sectores

La categorización de las actividades turísticas que se pueden realizar en un determinado espacio ayudan a vender un destino dependiendo de sus características propias, el Turismo comunitario es una de ellos.

7.02 RECOMENDACIONES

Considerar los proyectos que tengan que ver con el turismo, que permitan el desarrollo de la comunidad

Capacitar a una buena administración que se debidamente estricta durante la ejecución del proyecto

Ejecutar el levantamiento de atractivos turísticos para un mejor servicio a los turistas

Elaborar reportes periódicamente para emplear correctamente los fondos asignados y empezar a ejecutar correctamente

Aprovechar al máximo los atractivos turísticos generando un impacto positivo al ambiente

No desechar el apoyo de personas que sean profesionales en el área de turismo o en diferentes áreas para el desarrollo de la comunidad

Realizar un seguimiento mensual de las opiniones de los turistas que ingresan al sector

ANEXOS

ENCUESTA

1¿Ha escuchado Ud. Hablar del turismo comunitario?

SI NO

2¿Considera Ud. Que si se aplica turismo comunitario en la zona podría lograrse el desarrollo de la misma?

SI NO

3¿Estaría Ud. De acuerdo con su familia realizar turismo comunitario en la zona?

SI NO

4¿Desearía Ud. Colaborar para que su comunidad tenga desarrollo turístico?

SI NO

5¿Estaría de acuerdo Ud. Participar en eventos culturales en la comunidad?

UNA VEZ AL MES

UNA VEZ A LOS 6 MESES

UNA VEZ AL AÑO

6¿Cada que tiempo considera Ud. Recibir charlas acerca de turismo en la comunidad?

UNA VEZ AL MES

UNA VEZ A LOS TRES MESES

UNA VEZ A LOS SESIS MESES

7¿Considera Ud. Necesario la creación de un centro de alojamiento en la zona?

SI **NO**

FOTOGRAFÍAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Enciclopedia Práctica De La Pequeña Y Mediana Empresa (marketing) 2009(PYME) Océano edición 2010
- Terán, P. C. (2002) *Experiencias innovadoras* (primera edición agosto 2002)
- Ruiz, B. E. & Vintimilla M. A. (2009) *Cultura comunidad y turismo: ensayos sobre el turismo comunitario en el ecuador*. Quito: Abya Yala
- Acosta, M. G.(2004) *pesillo sumak kawsay*
- Pando, G. A. (2003) *Guía de intervenciones para la implementación de productos turísticos*.
- Bravo, M. F. (2003) *Programa de dinamización turística*
- Ministerio de turismo (2007) *rutas a la carta.* Edicion 2007

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16706/1/53717_1.pdf

  24/07/2014

- http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCQQFjAB&url=http%3A%2F%2Frepositorio.uct.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F123%2F1%2FGUANANSI%2520GRAN%2520FINAL%2520PARA%2520CD.pdf&ei=TMxOVPbiDIHksATywYGQDg&usg=AFQjCNGhxf-GyaF1jIblSTpBd6NRbDTjTw&bvm=bv.77880786,d.cWc

  28/07/2014

- http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/854/2/02%20IME%2027%20TESIS.pdf

  28/07/2014