



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

TEMA: PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI  
UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO,  
PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A  
CONOCER A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

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

Autor: Jessica Lorena Chávez Taco

Tutor Ing. Patricio Acuña

Quito, Junio 2016

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Jessica Lorena Chávez Taco

CC 172249206-1

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jessica Lorena Chávez alumno de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

Jessica Lorena Chávez Taco

CC 172249206-1

## **CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **JESSICA LORENA CHÁVEZ TACO**.

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

**PRIMERA: ANTECEDENTE.-** a) El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE AL PERSONAL DEL HOTEL EMBASSY UBICADO EN LA PROVINCIA PICHINCHA, CANTÓN QUITO, CON EL PROPÓSITO DE MEJORAR EL SERVICIO AL TURISTA QUE BRINDA SU PERSONAL**", el cual incluye el diseño de un paquete promocional turístico, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del paquete,

---

**PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

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: CESION Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el Paquete, 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 paquete por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del paquete; c) la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del paquete; e) La protección y registro en el IEPI del paquete, a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del paquete; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACION DEL CEDENTE.-** El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

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

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

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

centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, f) El idioma de arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 13 días del mes de Octubre del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_

CI: 1726515644

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme brindado la oportunidad de vivir.

A mis padres que me han guiado por el camino del bien por sus consejos diarios durante mi vida han sido un sustento muy grande en ella por todo su apoyo, comprensión y amor incondicional durante toda mi vida desde una niña a una señorita, por permitirme superarme día a día a través del estudio ya que ellos confían en mi poder de superación y han sido parte de mi formación profesional.

A mis hermanos quienes fueron ese ejemplo de luz de esperanza y ese empujón de fuerza que necesite para seguir adelante luchando por mis sueños y jamás darme por vencida.

A todos los Ingenieros por su apoyo, paciencia incondicional por sus conocimientos ofrecidos a lo largo de estos años, paso a paso en este camino de la educación para así continuar luchando día a día y alcanzar las metas propuestas ante las adversidades de la vida.

A la institución por sus conocimientos, por creer en el potencial de cada uno y abrirme las puertas para poder formarme como un profesional.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo con gran afecto y reconocimiento

A mi valiosa Madre quien me dio la vida

A mi familia por ser la luz que me muestra el camino que debo tomar

Cada día ya que con su esfuerzo diario me apoyaron desde

El primer día de mi vida y es así que gracias a ellos he culminado

Con esta etapa profesional.

## ÍNDICE

DECLARATORIA .....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS.....	v
AGRADECIMIENTO .....	ix
DEDICATORIA .....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	xviii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
1.0 Antecedentes.....	1
1.01. Contexto.....	4
1.01.01. Datos Generales .....	5
1.01.01.01 Limites .....	6
1.01.01.02 Clima.....	6
1.01.01.03 Población.....	6
1.01.01.04 Educación.....	7
1.02. Justificación .....	8
1.03. Definición del problema central (Matriz T).....	9
1.04. Análisis de Fuerza T .....	10
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>12</b>
2.0. Análisis de Involucrados.....	12
2.01. Mapeo de Involucrados.....	12
2.02. Matriz de Análisis de Involucrados .....	14
2.03. Matriz de análisis y selección con los involucrados .....	16
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>19</b>
3.0 Problemas y Objetivos .....	19
3.01 Árbol de Problemas.....	19
3.02 Árbol de Objetivos .....	21
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>23</b>
4.0 Análisis de alternativas .....	23
4.01 Matriz de Análisis de Alternativas.....	25
4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos. ....	28

4.03 Diagrama de Estrategias.....	30
4.04 Matriz del Marco Lógico .....	32
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>34</b>
5.0 Propuesta.....	34
5.01 Antecedentes .....	34
5.01.01 Matriz de análisis FODA .....	36
5.01.02 Investigación de mercado.....	37
5.01.03 Instrumentos de la investigación.....	38
5.01.03.01 Las encuestas.....	40
5.01.03.02 La entrevista .....	40
5.01.03.03 La observación .....	40
5.01.04 Población y Muestra.....	41
5.01.05 Encuesta .....	43
5.02 Descripción de la herramienta o metodología que propone como solución.....	53
5.02.01 Paquete turístico:.....	53
5.02.02 Promoción: .....	54
5.02.03 Flyers: .....	55
5.02.04 Tríptico:.....	57
5.02.05 Posters: .....	58
5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....	60
5.03.01. Precio de venta del paquete comisión a aplicar (AA.VV Su Mundo).....	61
5.03.02 Precio de venta del paquete comisión a aplicar (Hostería) .....	62
5.03.03 Recopilación de información de Atractivos Turísticos .....	64
5.03.04 Producto .....	72
5.03.05 Precio .....	73
5.03.06 Plaza .....	74
5.03.07 Personas .....	74
5.03.07.01 Organigrama estructural:.....	74
5.03.07.01.01 Gerente Propietario Administrativo: .....	74
5.03.07.01.02 Guía:.....	74
5.03.07.01.03 Trabajadores de la hostería: .....	75
5.03.08 Promoción.....	76
5.03.08.01 Logotipo:.....	76

---

5.03.08.02 Material Promocional:.....	77
5.03.08.03 Internet: .....	77
5.03.08.04 Flyers: .....	77
5.03.08.05 Tríptico:.....	77
5.03.08.06 Poster Promocional: .....	78
5.03.08.07 Promoción: .....	78
5.03.08.07.01 Vaso: .....	78
5.03.08.07.02 Llavero: .....	78
5.03.08.08.03 Gorra con el logo promocional: .....	78
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>79</b>
6.0 Aspectos Administrativos .....	79
6.01 Recursos .....	79
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>83</b>
7.0 Conclusiones y Recomendaciones .....	83
7.01 Conclusiones .....	83
<b>Bibliografía .....</b>	<b>85</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.....	9
Tabla N° 2.....	10
Tabla N° 3.....	14
Tabla N° 4.....	16
Tabla N° 5.....	24
Tabla N° 6.....	25
Tabla N° 7.....	28
Tabla N° 8.....	32
Tabla N° 9.....	36
Tabla N° 10.....	43
Tabla N° 11.....	44
Tabla N° 12.....	45
Tabla N° 13.....	46
Tabla N° 14.....	47
Tabla N° 15.....	48
Tabla N° 16.....	49
Tabla N° 17.....	50
Tabla N° 18.....	51
Tabla N° 19.....	52
Tabla N° 20.....	61
Tabla N° 21.....	62
Tabla N° 22.....	63
Tabla N° 23.....	63
Tabla N° 24.....	65
Tabla N° 25.....	66
Tabla N° 26.....	67
Tabla N° 27.....	68
Tabla N° 28.....	69
Tabla N° 29.....	70
Tabla N° 30.....	71
Tabla N° 31.....	73
Tabla N° 32.....	79
Tabla N° 33.....	79
Tabla N° 34.....	80
Tabla N° 35.....	81
Tabla N° 36.....	82

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 .....	12
Figura N° 2 .....	19
Figura N° 3 .....	21
Figura N° 4 .....	30
Figura N° 5 .....	43
Figura N° 6 .....	44
Figura N° 7 .....	45
Figura N° 8 .....	46
Figura N° 9 .....	47
Figura N° 10 .....	48
Figura N° 11 .....	49
Figura N° 12 .....	51
Figura N° 13 .....	52
Figura N° 14 .....	55
Figura N° 15 .....	56
Figura N° 16 .....	58
Figura N° 17 .....	59
Figura N° 18 .....	66
Figura N° 19 .....	67
Figura N° 20 .....	68
Figura N° 21 .....	69
Figura N° 22 .....	70
Figura N° 23 .....	75
Figura N° 24 .....	77

## RESUMEN EJECUTIVO

En la Hostería Saavi debido a las investigaciones realizadas se pudo observar que en aquel lugar existe poca llegada de turistas lo cual presenta una pérdida grande de ganancias para este lugar.

El objetivo para este proyecto de difusión turística en la Hostería es para incrementar la llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros ya que existen personas de otros países que vienen al Ecuador con el objetivo de conocer sus atractivos Naturales y Culturales, es una buena idea ya que de esta manera se podrá obtener la llegada de turistas en la Hostería.

Este objetivo se va a llevar a cabo mediante un plan de marketing realizando volantes con todos los servicios, difusión en redes sociales como Facebook ya que la mayoría de las personas utiliza este medio efectivo y más fácil, también se realizaran paquetes turísticos con su respectivo valor brindándole servicios en uno solo sin que los turistas se estén preocupando por mas dispendio de dinero que cubrirá todos los servicios en su estadía y disfrute de este hermoso lugar.

El resultado que se busca difundir es que la Hostería se haga conocer a nivel nacional, mediante su tecnología y personal altamente capacitado ofreciendo un servicio de alta calidad a las personas que visiten la hostería.

## ABSTRACT

In the Saavi Hostery according to investigations, it showed that there is not enough number of tourists; it means a big decrease of money to this place. Project's objective to this Tourist Broadcasting hostery is to increase the arrival of tourists, national and foreign, there are people from other countries who come to Ecuador with the idea of knowing their natural and cultural attractions, it is a good way to obtain tourist arrivals in the hostel. This objective runs Making marketing plan with all services, Broadcasting social networks like Facebook and the majority of the people are using these tools because they are effective and easier, also tour packages are made all included because there are that tourists worried about more waste of money to cover all services during their stay and enjoy the places.

The intended result is that the lodge spread is made known nationally through its technology and highly trained staff offering a high quality service to people visiting the inn.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de difusión turística en la hostería es un proceso el cual la población y turistas que se encuentra alrededor se interese por este lugar y poder recomendarlo, dándolo a conocer y que las personas lleguen a consumirlo o visitarlo, de igual manera crear un deseo y necesidad de aquella.

El motivo por lo que se eligió la Hostería Saavi es para ayudar al problema planteado con el fin de difundir el lugar por la poca afluencia de turistas el cual perjudica el ingreso económico para sustentar la Hostería.

El proceso que se realizara será para que favorezca al crecimiento y así produzca un crecimiento alto y necesario para el mercado, llegar a incrementar la llegada de los turistas a la Hostería, analizando y dando solución al problema planteado, sobretodo la satisfacción del cliente y de la empresa mirando positivamente para avanzar con lo requerido en la "Hostería Saavi"

Como impulsadora de este tema se buscara darle el desarrollo y solución necesaria para alcanzar el éxito y es así que mediante este proyecto se espera llegar a incrementar la llegada de personas a la Hostería

## CAPÍTULO I

### 1.0 Antecedentes

**Tema:** Marketing estratégico en turismo

**Autor:** Javier Cordero Ramírez

**Institución:** PUCE

**Año de edición:** 2008

**Conclusión:** Del siguiente tema se obtiene conceptos básicos con el fin de orientar de mejor manera la investigación, en temas como analizar, diagnosticar y resolver problemas reales tanto a nivel de empresarial como turísticos.

**Tema:** Proyectos Turísticos

**Autor:** Edgar Alfonso Hernández Díaz

**Institución:** PUCE

**Año de edición:** 2006

**Conclusión:** Por medio de esta tesis se logra recibir varios conocimientos para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta los logros y fines que se va a tener al realizarlo.

**Tema:** Plan de desarrollo turístico para la Parroquia Emilio Terán Bosado en el diagnóstico de potencialidad turística realizado por el consejo de Provincial de Tungurahua.

**Autor:** Patricio Jaramillo.

**Institución:** PUCE

**Año de edición:** 2010

**Conclusión:** De la siguiente edición se logra obtener el desarrollo de un proyecto turístico y pasos para adquirir la investigación y realizarlo.

**Tema:** Propuesta para el desarrollo de la Parroquia Cumbaya.

**Autor:** Ana Lucia Huerta

**Institución:** PUCE

**Año de edición:** 2008

**Conclusión:** Como resultado de la investigación y tomando en cuenta el análisis de la fuente adquirida permite obtener pasos para el desarrollo de un tema específico en el ámbito Turístico.

**Tema:** Las actividades turísticas y recreacionales

**Autor:** Roberto C. Boullón

**Institución:** PUCE

**Año de edición:** 2009

**Conclusión:** Del siguiente tema se logra visualizar el proceso de desarrollo para lograr el proyecto en varios temas de turismo de descanso.

**Tema:** Creación de una ruta turística ecológica como alternativa de desarrollo sostenible, comunitario y mejoramiento socio económico en la parroquia San José de minas, cantón Quito.

**Autor:** Vanessa Aracely Mora Padilla

**Institución:** UTE

**Año de edición:** 2014

**Conclusión:** Del siguiente tema de tesis se logra obtener varios componentes para la elaboración de un desarrollo turístico en la Parroquia.

**Tema:** Plan de desarrollo turístico para la Parroquia de Rumipamba Cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha.

**Autor:** Sosa Pinto Milton Rolando

**Institución:** UTE

**Año de edición:** 2007

**Conclusión:** La información que se tomara del presente tema será de gran ayuda, para tener ciertos conocimientos e investigar sobre los atractivos turísticos.

**Tema:** Plan de promoción y difusión turística para la parroquia San Juan de Pasto calle, ubicado en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

**Autor:** Tamayo Coba Henry David

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi.

**Año de edición:** 2012

**Conclusión:** La información que se tomara del presente tema será de gran ayuda, para tener ciertos conocimientos e investigar sobre los atractivos turísticos.

## 1.01.Contexto

Quito, la capital de Ecuador, es considerada una de las más hermosas regiones de América Latina. Localizada en las montañas Andinas al pie del volcán Pichincha (9200 metros sobre el nivel del mar). Quito tiene un clima primaveral durante todo el año. Iglesias y conventos maravillosamente conservados y sus grandes edificios brindan un contraste entre la arquitectura contemporánea y el Quito moderno, una ciudad cosmopolita de gran diversidad cultural. (Quito D. M., 2015)

Quito ha sido declarada por la UNESCO como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". La capital del Ecuador disfruta de días hermosos y noches frescas durante casi todo el año. (Quito D. M., 2015)

Quito se encuentra en la provincia de Pichincha, al noroeste del Ecuador.

- Extensión: 422.802 hectáreas.
- Población: 2,2 millones de habitantes aproximadamente.
- Altitud: Desde los 1.533 metros (5.029 pies) hasta los 3.777 (12.391 pies) sobre el nivel del mar. El área urbana del DMQ tiene una altura promedio de 2.850 metros (9.350 pies).

- División política: 33 parroquias rurales y 32 parroquias urbanas.

- Idioma: Español.

- Moneda: Dólar estadounidense.

(Quito T. , 2014)

### **1.01.01. Datos Generales**

San José de Minas es una parroquia rodeada de un sin número de hazañas construidas a través de su historia que le han permitido establecerse como un icono sociocultural y ejemplo de un sigiloso y marcado progreso. El nombre antiguo con el que se conocía a la actual Parroquia de San José de Minas, fue QUITSAYA o QUISAYA; topónimos QuitoCara que significan QUIS de QUISHI = Ayer, Aya = Madre; MADRE AYER. (Cortez, Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona, 2010)

Constitución de la parroquia. El 14 de Septiembre de 1870 San José de Minas, fue elevada a parroquia civil, publicado en el periódico Oficial El Nacional N° 451 del 28 de Septiembre del mismo año, siendo presidente de la República García Moreno. En la presidencia de Emilio Estrada y por el Ministerio de la ley, forma parte del cantón Pedro Moncayo el 30 de septiembre de 1911, publicado en el Registro oficial del 39 al 19 de octubre de 1911. Por decreto del ese entonces presidente, Dr. Luis Tamayo, el 2 de Octubre de 1922, vuelve a pertenecer al cantón Quito, publicado en el registro oficial N° 611 del 13 de Octubre de 1922. La parroquia San José de Minas se encuentra situada al noroeste del cantón Quito a 75 Km dentro de un valle formado por el corrugamiento de las estribaciones montañosas del Nudo Mojanda Cajas. (Cortez, Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona, 2010)

### **1.01.01.01 Limites**

Norte: Provincia de Imbabura

Sur: Parroquia Chavezpamba, Perucho, San Antonio y Calacalí

Este: Parroquia Atahualpa

Oeste: Parroquia Nanegal

Superficie: 169,67 Km<sup>2</sup>

Altitud: 2401 msnm

Número de habitantes: 7243 habitantes, (Cortez, Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona, 2010)

### **1.01.01.02 Clima**

San José de Minas, cuenta con dos diferentes climas que van desde el sub-tropical-húmedo de las cuencas hidrográficas, hasta el frío de los páramos. La temperatura media varía entre los 16° C y los 22° C. (Cortez, Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona, 2010)

### **1.01.01.03 Población**

La parroquia San José de Minas posee una población de 7243 habitantes los cuales están distribuidos en 3775 hombres y 3468 mujeres. La población en edad de trabajar es de 5816 habitantes y la población económicamente activa es de 2979 habitantes,

lo cual representa el 51,22% de la población. Actividades Económicas Minas se caracteriza por ser una parroquia agrícola y ganadera, incursionando en actividades de agroindustria y de exportación. Entre los principales productos que se comercializan, se destacan la naranja, limón, mandarina, mora, tomate de árbol, tomate riñón, chirimoyas, guayaba, maíz, fréjol, arveja, habas y papa. Se dedican también, a la cría de ganado vacuno, al expendio de leche y la producción de queso. Dentro de las actividades artesanales, se trabaja con pintura, escultura, reconstrucción de imágenes religiosas y la talabartería sobre todo en la confección de zamarros, monturas y correas. (Cortez, Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona, 2010)

#### **1.01.01.04 Educación**

Cuenta con 2 jardines infantiles, 24 escuelas fiscales, 1 colegio y un centro de formación artesanal.<sup>9</sup> De 2181 personas en edad de estudiar, es decir entre los 6 y 18 años, solo el 33% de la población asiste a las instituciones educativas de la parroquia. (Cortez, Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona, 2010)

## 1.02. Justificación

La parroquia San José de Minas es un maravilloso lugar, cuenta con un grande ecosistema en donde se pueden desarrollar varias actividades turísticas naturales y culturales, aprovechar de momentos amenos e inolvidables disfrutando de los atractivos naturales que podemos encontrar en la hostería en convivencia de amigos y familia, se puede realizar actividades como observación de aves, flora nativa del sector, camping entre otros.

En el Ecuador existe un gran número de personas Nacionales y Extranjeras que tienen disponibilidad de tiempo con ganas de aventurarse en el Ecuador, por lo cual para realizar una buena investigación del tema se ha tomado en cuenta el problema planteado para un mejor desarrollo económico, turístico y cultural del lugar.

Este lugar necesita de un plan de marketing el cual ayude a que la Hostería llegue a ser conocida por los turistas y que sea considere un sitio de relajación con la naturaleza.

Se ha tomado en cuenta el propósito de realizar este proyecto para difundir dentro de la actividad turística a este establecimiento. Mediante la investigación se quiere conocer cómo realizar la difusión del lugar adentrarse a su situación requerida.

Esto beneficiara a la hostería, para alcanzar un desarrollo sustentable.

### 1.03. Definición del problema central (Matriz T)

La identificación del problema que el proyecto buscará solucionar es la decisión más importante del proceso de pre inversión constituyéndose en el punto de partida del proceso de diseño de un proyecto. Consiste en la identificación del problema que afecta a una determinada población, el mismo que, en virtud de determinadas características, debe ser abordado en forma prioritaria por el Estado, directamente o a través de terceros, utilizando para ello el enfoque de proyecto. (CEMPRO, s.f.)

Tabla N° 1

Escalas

ESCALAS	RANGO
1	Bajo
2	Media Baja
3	Media
4	Media Alta
5	Alta

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** el cuadro de escalas representa la calificación que se va asignar al cuadro de la matriz T., la calificación es uno equivale a baja, dos equivale a media baja, tres a media, cuatro media alta y cinco alto.

## 1.04. Análisis de Fuerza T

Tabla N° 2

Matriz T

I= Incidencia

PC= Potencial de Cambio

ANÁLISIS DE FUERZA T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
No existe llegada de turistas a la hostería	La hostería tiene poca llegada de turistas.				Afluencia de turistas a la hostería.
Fuerzas impulsadoras	I	P C	I	P C	Fuerzas bloqueadoras
Implementación de paquetes turísticos para la hostería	3	4	2	3	Falta de interés y auspiciantes
Motivar a los turistas que visiten la Parroquia de San José de Minas	5	5	1	2	Desinterés del personal para el desarrollo turístico
La hostería cuenta con un buen desarrollo de la actividad turística	4	5	3	2	No existe el marketing necesario para su desarrollo.
La Hostería cuenta con una infraestructura desarrollada en la actividad turística a ofrecer.	4	4	2	3	Los turistas están aburridos de observar lo mismo.
Crear contratos con operadoras turísticas para que estas ofrezcan información a sus clientes de la hostería	4	4	2	3	No existe apoyo de entidades externas.

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior de Análisis de Fuerza T podemos observar los aspectos positivos los cuales nos ayudarían para el desarrollo de la hostería al igual que los negativos los que impiden el desarrollo de esta.

En la tabla observamos los puntos básicos que impiden el desarrollo actual de la Hostería que se encuentra con una baja afluencia de turistas, lo cual se busca con el plan de difusión turística solucionar la situación e incrementar la llegada de turistas al sector brindando una excelente atención y de calidad ya que lo primordial es la imagen de este lugar de esta manera hacer que los turistas que lo visiten se sientan satisfechos y lo recomienden a más personas para que lo visiten e ir incrementado así la llegada de turistas a la hostería.

Con este plan llegaríamos a llenar la capacidad o a difundir más la hostería para que la gente vaya llegando así como turistas Nacionales y Extranjeros quienes son los que más viajan a conocer diferentes culturas, atractivos turísticos, gastronomía entre otros lugares, de esta manera ayuda a la incrementación de ingresos a la hostería, se han planteado aspectos positivos y negativos de los cuales se dará soluciones positivas de cada detalle buscando siempre lo mejor para los visitantes

El objetivo es lograr el crecimiento de la Hostería lo que beneficiaría al dueño y a toda la comunidad de esta manera serán muchas personas beneficiadas con la llegada de turistas al sector.

## CAPÍTULO II

### 2.0. Análisis de Involucrados

#### 2.01. Mapeo de Involucrados

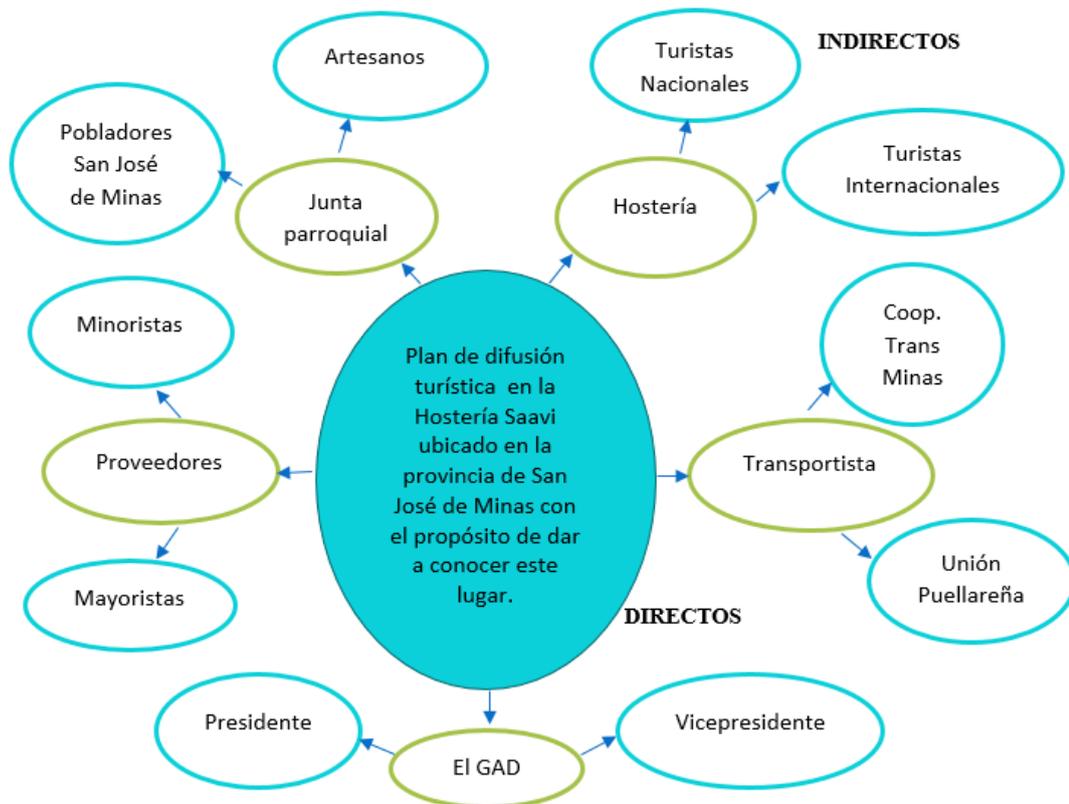


Figura N° 1

Mapeo de Involucrados

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** el gráfico anterior se muestra el mapeo de involucrados con el proyecto de plan de difusión en la hostería "Saavi" en el cual se analizan los involucrados directos e indirectos en el desarrollo, investigara el beneficio para los turistas nacionales como internacionales brindando una información directa de igual manera existe un beneficio para los pobladores del sector ya que se incrementara el crecimiento económico por la llegada de turistas que visitaran la parroquia.

En el plan de difusión turística serán beneficiarios los artesanos, proveedores, pobladores del sector, los transportistas de una forma indirecta con el incremento de pasajeros para las distintas cooperativas y camionetas del sector.

Verificamos que los involucrados Directos son los Inversionistas, propietario de la Hostería, población del sector, personal, parroquia San José de Minas todos los mencionados están involucrados directamente ya que los ingresos económicos llegan de manera directa a ellos, mientras que los involucrados indirectos son Investigadores, Ministerio de turismo, Instituto, Provincia de Pichincha y por último los turista ya que estas personas salen beneficiadas no en lo económico sino en lo que se refiere a descanso, relajación, diversión y entretenimiento a los turistas tanto Nacionales como Extranjeros, ya que por medio de todo el desarrollo elaborado podrán disfrutar de un ambiente lleno de flora y fauna natural de la zona así dando a conocer uno de los tantos atractivos turísticos que tiene el País.

## 2.02. Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla N° 3

Matriz de Análisis de Involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
Hostería	X		15
Junta Parroquial	X		10
Pobladores de San José de Minas	X		20
Transportistas	X		10
EI GAD		X	10
Proveedores		X	5
Presidente		X	5
Mayoristas		X	5
Artesanos		X	10
Turista			
<b>Total</b>			100

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior se representa el intérprete de los involucrados directos e indirectos. En los beneficiarios indirectos se encuentran porcentajes calculados según el caso que tienen y están involucrados dentro del proyecto.

Muestra el porcentaje de acogida que tiene en cuanto a la investigación cada uno de los entes que se encuentran detallados en el plan de difusión que se está ejecutando para así ver la cantidad de acogida que llegaría a tener este proyecto, hacia los turistas es de 10% por que ellos tendrán un informativo visual de flyers, trípticos creación en página de Facebook con imágenes e información de la Hostería, los pobladores de la parroquia se beneficiaran con un 20% ya que tendrán la posibilidad de implementar negocios con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas que lo visiten y al mismo tiempo cuidaran del medio ambiente. El beneficio a las autoridades será de un 10% considerando que la parroquia cuenta con varios atractivos turísticos para que los turistas visiten, el GAD con un 10%.

Los artesanos con un 5% por venta de artesanías, manualidades, tejidos entre otros ya que de cierta manera se incrementa la venta y desarrollo de aquellos. Los transportistas se beneficiaran con un porcentaje de 10% por el incremento de usuarios en las cooperativas y camionetas que llegan a la parroquia.

Todos los nombres mencionados de la tabla cuentan con un porcentaje de esta manera nos ayuda a saber el valor de beneficio de cada uno de ellos.

### 2.03. Matriz de análisis y selección con los involucrados

Tabla N° 4

Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos, mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Proveedores	Conocer la realidad del lugar y plantear soluciones prácticas y efectivas.	Desconocimiento de la Parroquia San José de Minas	- Talento Humano - Recursos Económicos - Creatividad	Realizar un plan de difusión para que exista más afluencia de turistas	Limitado apoyo al proporcionar la información para realizar el estudio de mercado
Turistas	Obtener una herramienta básica para difundir el atractivo	Falta de interés por los pobladores	- Recursos Logísticos - Talento Humano	Contar con material informativo para los turistas	Adaptación del lugar he incomodidad
GAD	Complementar el interés hacia el sector.		- Talento Humano	Crear una difusión complementaria en base al proyecto	Desinterés por parte de las autoridades del sector de San José de Minas
Junta Parroquial	Complementar el desarrollo con un mejor conocimiento impartido a todos	Desconocimiento de bases prácticas	- Talento Humano - Recursos Económicos - Recursos Logísticos	Fortalecer el saber de las personas ya es conveniente en el desarrollo de cada lugar básicamente	Escaso apoyo de la comunidad y desarrollo económico.

Pobladores de San José de Minas	Complementar la educación de centros turísticos con la aplicación de nuevas alternativas.	Desvaloración de los espacios, como museos y centros culturales y naturales por parte de los niños, jóvenes y adultos.	- Recursos Logísticos - Talento Humano - Recursos Económicos	Proporcionar la información necesaria para disfrutar de la oferta Turística.	Limitado apoyo con la Municipalidad del sector
Hostería	Aumentar el desarrollo en la hostería	Falta de colaboración por varias personas involucradas	- Recursos informativos - Talento Humano - Recursos económicos	Difundir de manera adecuada e turismo en la hostería	Falta de capacitación al personal.
Artesanos	Dar a conocer los nuevos métodos que se está llevando a cabo en la Hostería.	Recursos insuficientes	- Recursos informativos - Talento Humano	Promover al sector turístico	Difícil apoyo por parte de la comunidad
Presidente	Complementar mejores conocimientos	Falta de colaboración	- Talento Humano	Crear unión y colaboración en equipo	Bajo interés

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior se representa nuevamente a los involucrados directos e indirectos tomando en cuenta ciertas bases hábiles, planteando las contrariedades que se encuentran en la hostería dando soluciones a cada uno de ellos para mejorar sea con recursos o capacidades, tomar en cuenta el interés sobre cada uno de los problemas que se presentan y cuáles son los conflictos potenciales que no permiten avanzar con el desarrollo o crecimiento del atractivo turístico.

En cada uno de los involucrados se plantean soluciones de mejoramiento para el establecimiento los cuales van a ir desarrollándose con el propósito de mejorar el ambiente turístico del sector y la hostería dándolo a conocer a las comunidades aledañas y así mismo a turistas Nacionales y Extranjeros a quienes les apasiona las aventuras y naturaleza, para salir de la rutina con la contaminación del medio ambiente, ruidos entre otros ya que estos factores son los que impulsan a que la gente busque nuevos destinos turísticos y de esta manera con el plan de desarrollo en la Hostería los turistas disfruten de un medio ambiente con la naturaleza, actividades fuera de lo común y sobre todo el conocer distintos lugares de diferentes zonas de las parroquias, la hostería está dispuesta a ofrecer lo mejor a los turistas que compartan días en ella con familia o amigos, para satisfacer sus necesidades y se sientan a gusto de compartir con el establecimiento y deseen volver a visitarlo.

## CAPÍTULO III

### 3.0 Problemas y Objetivos

#### 3.01 Árbol de Problemas

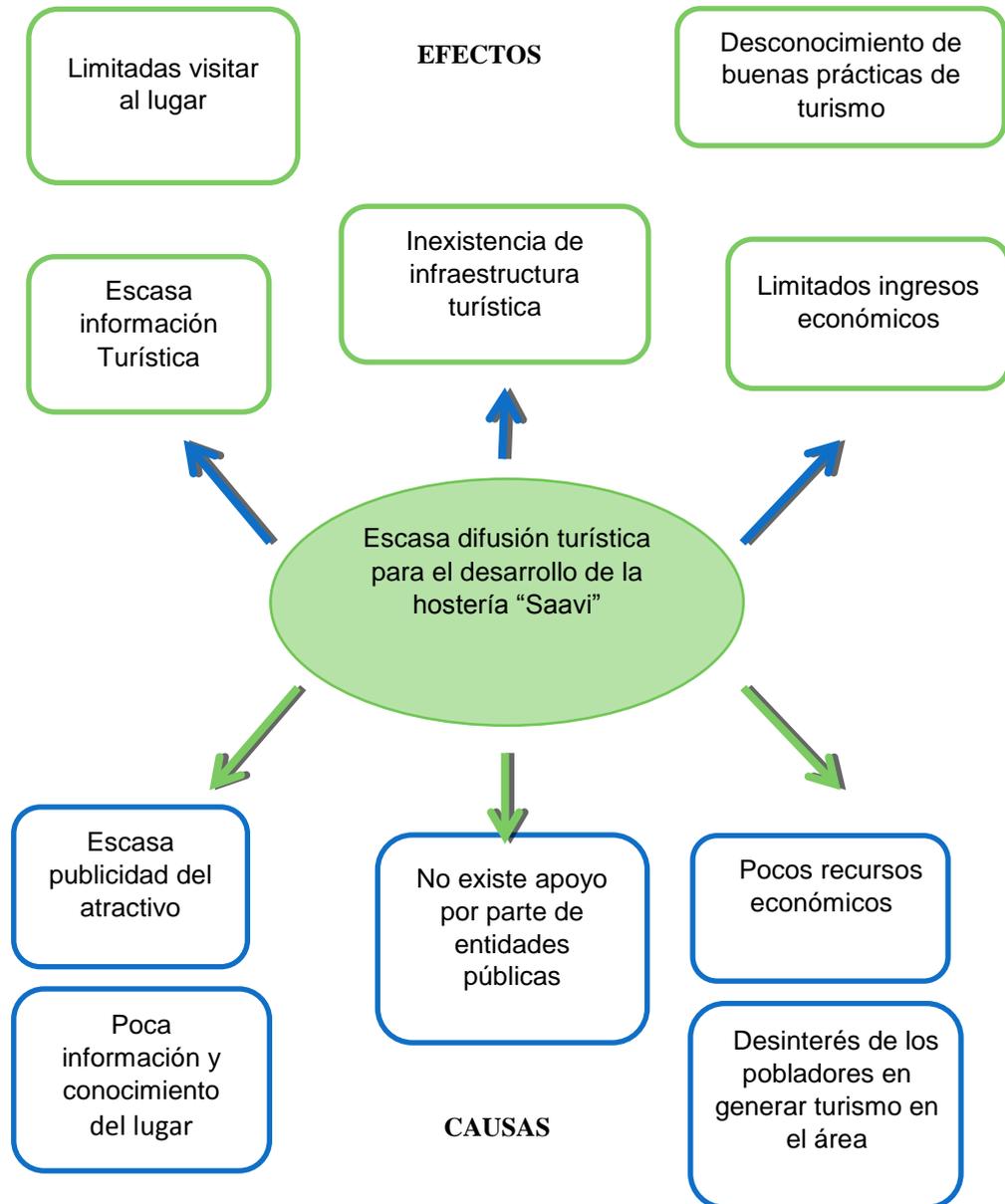


Figura N° 2

Árbol de Objetivos

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en el cuadro representado anteriormente se encuentra elaborado el Árbol de problemas con sus causas y efectos por el cual se está buscando una solución a cada uno de los problemas mencionados en la tabla, problema central la escasa afluencia de turistas a la hostería en el cual hemos encontrado problemas de difusión los cuales se llegara a dar solución mediante el desarrollo del proyecto creando implementaciones e iniciativas de mejoramiento para su desarrollo.

Se concluye que el problema por el cual no existe afluencia de turistas a la Hostería es porque no cuentan con el suficiente apoyo de autoridades, pobladores y principalmente económico, por medio del problema presentado se ha buscado varios medios para su difusión como fliyers, pancartas, trípticos para motivar a las personas a visitar la Hostería, además de la falta de promoción turística influye mucho el plan de difusión, es necesario para que la Hostería pueda ser identificada y promocionada por las personas de esta manera su expectativa es que se incremente la llegada de los turistas al sector, no solo a la hostería sino a las diferentes parroquias que se encuentran a sus alrededores, gracias a estos medios planteados para la difusión se emprenderá el diseño de cada uno para así ir buscando la solución a este problema y mejorarlo con el apoyo de entidades mencionadas y principalmente por la persona administrativa de la hostería quien permite la ayuda por medio de este proyecto planteado.

### 3.02 Árbol de Objetivos

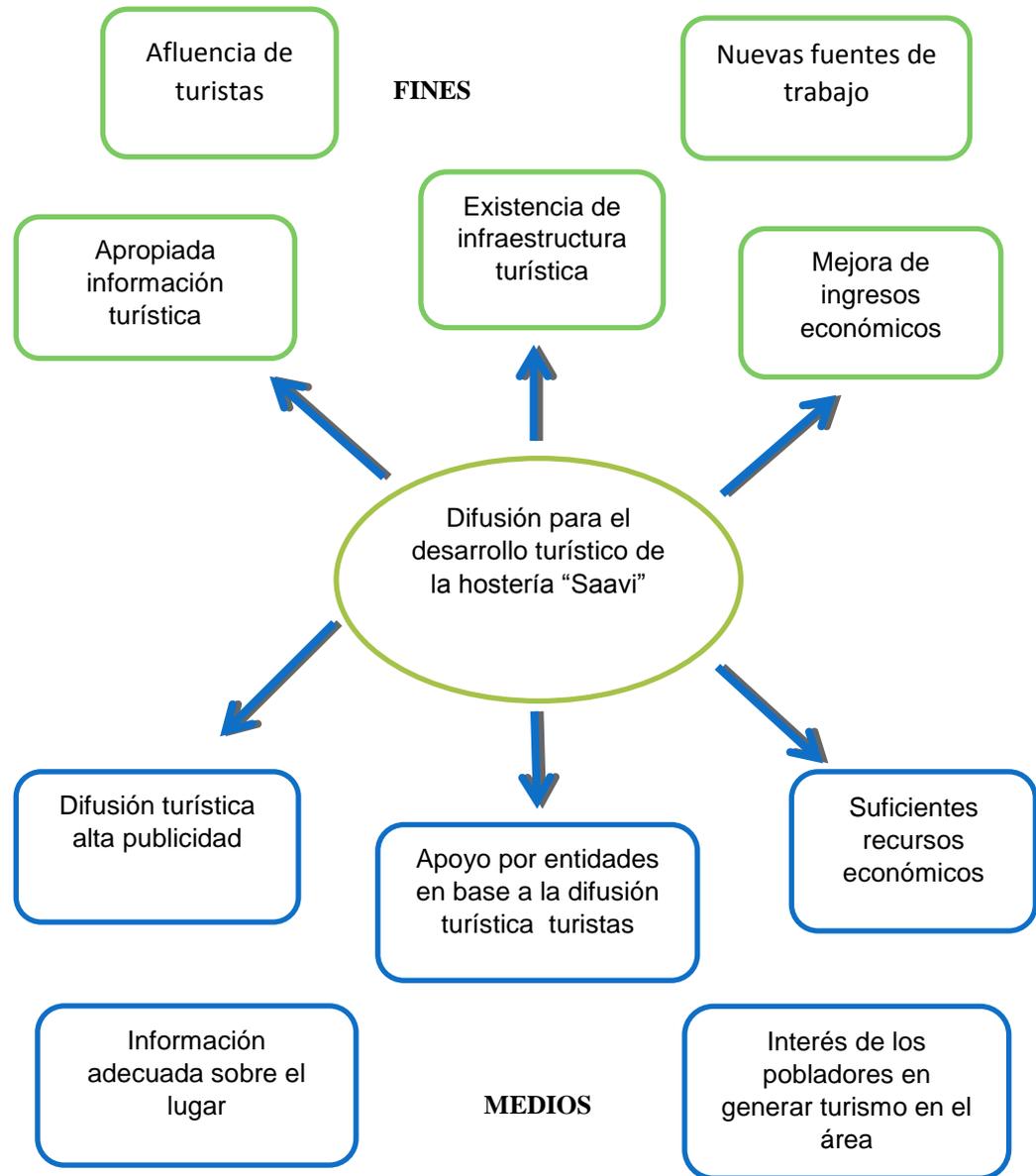


Figura N° 3

Árbol de Objetivos

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** En los cuadros anteriores se muestran el cuadro del árbol de objetivos de todo lo que se debería cambiar para dar un mejor desarrollo turístico a más de la situación modificada.

Lo primordial que se toma en cuenta en este árbol de objetivos son el desarrollo del planteamiento y la factibilidad que se llegara a tener con aspectos primordiales con los que se espera el mejoramiento en un futuro, lo cual se obtendrá en cuenta los objetivos principales y lograr cumplirlos para así llegar a dar conocimiento de la Hostería tanto a nivel nacional e internacional.

En conveniente aquí presentamos la situación mejorada de todos los problemas a los cuales se les dará su respectiva solución y se llegara a cumplir de la mejor manera para el mejoramiento turístico mediante el apoyo de entidades y la principal la del dueño de la hostería quien es el que ha permitido desarrollarse el proyecto en la hostería con el fin de darlo a conocer y abastecer la capacidad planteada.

## CAPÍTULO IV

### 4.0 Análisis de alternativas

El análisis de alternativas permite a la entidad formuladora del proyecto establecer el objetivo central del proyecto, identificar los medios posibles para alcanzarlo y seleccionar aquellos que resulten más adecuados. El objetivo principal del proyecto representa un cambio social, cuyo logro es en sí mismo la solución al problema central que afecta a la población potencialmente beneficiaria. Debe ser mensurable en tiempo y esfuerzo razonables, y debe ser redactado usando verbos que denoten acción.

El análisis de alternativas consiste en identificar las posibles soluciones del problema social abordado por el proyecto. Permite a la entidad formuladora del proyecto identificar los medios posibles para la solución del problema y seleccionar, luego, aquellos que resulten más adecuados para el logro del objetivo del proyecto. La alternativa seleccionada determinará las características de la intervención y, para todo efecto práctico, se constituirá en el proyecto mismo. Este paso comprende dos procesos fundamentales: el análisis de objetivos y la selección de alternativas. El análisis de alternativas se efectúa, en base al instrumento denominado árbol de objetivos, sobre los resultados obtenidos en el análisis de problemas. Los problemas que habían sido descritos como situaciones negativas, percibidas como tales por los involucrados, se transforman en estados positivos, configurando la situación deseada, de carácter ideal, en la que los problemas serían solucionados. Es decir, los objetivos de desarrollo se construyen suponiendo la solución de los problemas concretos que afectan a la población y cuya definición y relaciones se han establecido en el paso

anterior. Cabe destacar que, mientras el análisis de problemas se realiza utilizando el árbol de problemas, el análisis de alternativas se realiza con el árbol de objetivos. Este instrumento facilita la identificación de las alternativas de solución al problema central. (Burga, 2014, págs. 12,13)

Tabla N° 5

Escala de Categorías

ESCALAS	CATEGORIAS
1 – 5	Baja
6 – 11	Media Baja
12 – 17	Media Alta
18 – 27	Alta

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior podemos identificar el grado de calificación que se utilizara para medir la probabilidad de éxito o frustración del proyecto así tomando en cuenta los aspectos importantes

Las alternativa tiene una calificación de 1-5 es baja muy poco rentable para el proyecto, una calificación de 6-11 es media baja, no tan mala como la anterior pero igual no ayuda, a continuación de 12-17 lo que significa una calificación media alta que significa que este puede llevarse a cabo, seguimos de 17- 25 lo que es una calificación alta en la cual se puede confiar que el proyecto es efectivamente viable.

#### 4.01 Matriz de Análisis de Alternativas

Tabla N° 6

Matriz de Análisis de Alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Apropiada información turística.	4	3	3	3	1	14	Media Alta
Existencia de una buena infraestructura turística	4	3	3	4	1	15	Media Alta
Suficientes fuentes de trabajo para la comunidad	3	3	2	5	2	15	Media Alta
Afluencia de turistas en la Hostería	5	3	1	4	1	14	Media Alta
Mejora de ingresos económicos y suficientes recursos	4	3	4	2	1	14	Media Alta
Difusión turística con plan de publicidad	5	2	3	3	1	14	Media Alta

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

Información adecuada sobre el lugar	4	4	4	2	4	4	18	Alta
Apoyo por entidades en base a la difusión turística	4	2	4	5	4	1	16	Media Alto
Interés de los pobladores en generar turismo en el sector	4	4	4	3	4	1	16	Media Alto
Total	37	27	33	26	13	136		

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior se detallan las alternativas para el desarrollo del proyecto y a su vez se determina cada uno de los objetivos que se van a realizar, dándolos así una calificación a cada uno de ellos los cuales podrían ser un apoyo para poder llegar a solucionar los problemas y de esa manera como beneficiarnos en distintos aspectos que se encuentran detallados en el cuadro de Análisis de Alternativas.

Según los resultados de clasificación que están basados en la tabla podemos verificar que el mayor impacto que apoyaran a las soluciones planteadas, es la Factibilidad Técnica y Social, quienes indican que el proyecto planteado podrá ser viable, en su clasificación promedio es de Medio Alto cual nos indica la factibilidad del proyecto.

Mediante la tabla presentada podremos saber si el proyecto va lograr salir en una gran publicidad para aumentar la incrementación de personas en la hostería.

#### 4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos.

Tabla N° 7

Matriz de análisis de impacto de objetivos

Objetivos	Facilidad a lograrse	Impacto de género	Impacto Ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total
A-M-B 4-2-1	A-M-B 4-2-1	A-M-B 4-2-1	A-M-B 4-2-1	A-M-B 4-2-1	A-M-B 4-2-1	88 Puntos 22 a 32 BAJA 33 a 44 MEDIA BAJA 45 a 66 MEDIA ALTA 67 a 88 ALTA
*Se logra un elevado ingreso de turistas a la hostería	* Incrementa el ingreso de hombres y mujeres	* Progreso el entorno social.	* Ayuda al entorno de los beneficiarios de los beneficiarios	* Fortalece la relación social		
*Se cuenta con el apoyo municipal del sector	* Incrementa la participación de hombres y mujeres	* Mejora el entorno natural	* Beneficia a los pobladores del sector	* Se puede conseguir financiamiento a un futuro		
* Se logra difundir el lugar a los turistas	* Fortalece la relación entre hombres y la mujeres	* Mejora los recursos	* Apoya al desarrollo del turismo en la parroquia	* Fortalece la participación de la población		
* Cuenta con convenios para la impulsión		* Favorece la educación ambiental	Mejora los ingresos económicos para la zona	* La población está en posibilidades de aportar con talento humano.		
* Se cuenta con el apoyo de los pobladores del sector						
20 puntos	10 puntos	20 puntos	6 puntos	16 puntos	72 ALTA	

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** mediante la tabla de Análisis de impacto de objetivos se analizaron los objetivos planteados y las circunstancias que tiene cada una.

En el primer cuadro se califica la factibilidad a lograrse, es decir cada uno de los objetivos que se han planteado para lograrlos mediante la ayuda de la tecnología y la población misma del sector.

El segundo cuadro califica el impacto en género, es decir en el mayor género que cause impacto sean hombres y mujeres en base a los objetivos propuestos, el cual se refiere hacia las personas a quienes se está realizando el proyecto.

El tercer cuadro ambiental habla acerca de los cambios que se puede ejercer en el ámbito sean económicos, físicos y sociales.

En los cuadros de relevancia y la sostenibilidad estarán relacionadas con entidades debido al entorno el entorno.

#### 4.03 Diagrama de Estrategias

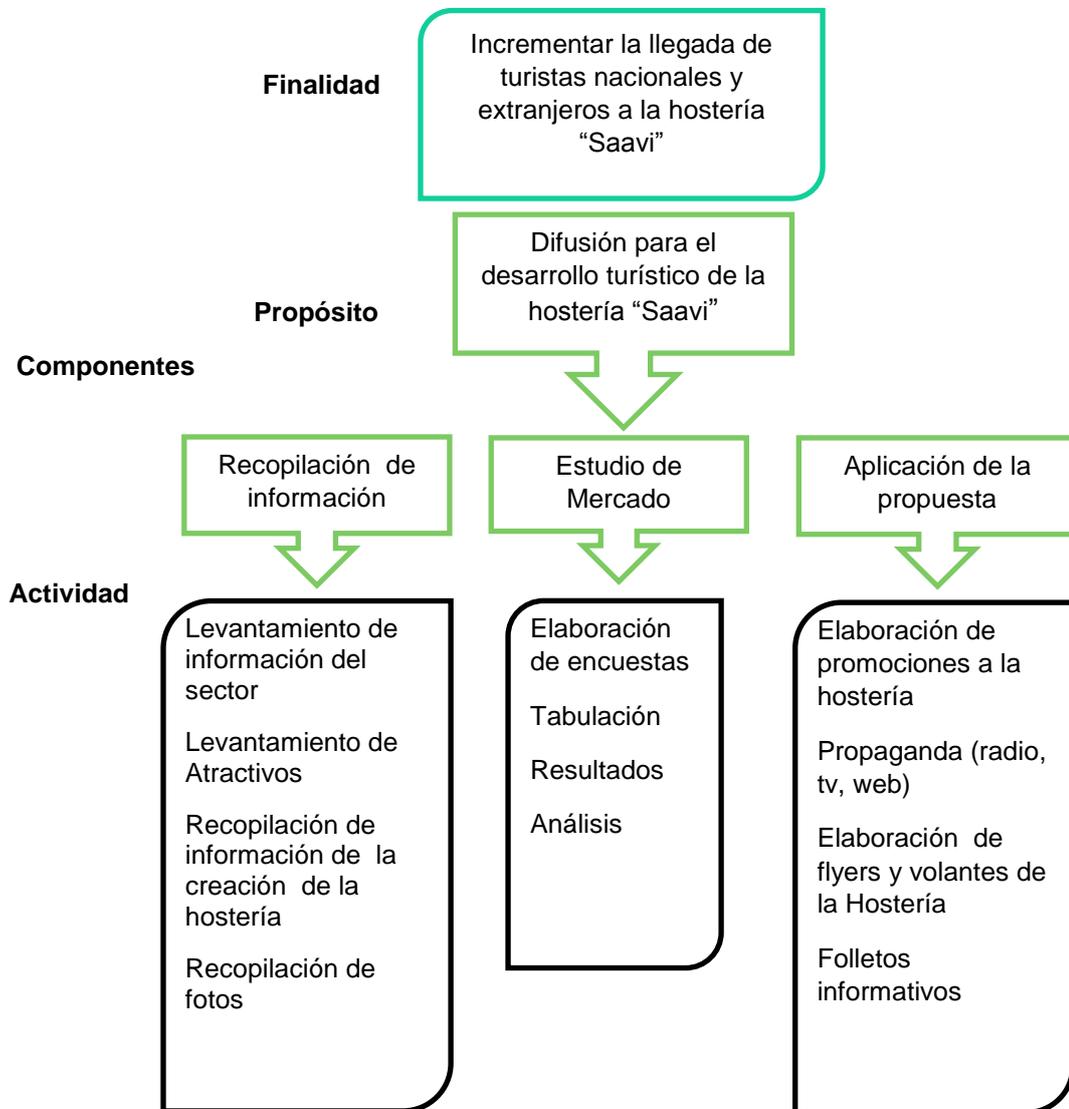


Figura N° 4

Diagrama de estrategias

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la figura anterior del diagrama de estrategias tiene como objetivo principal difusión para el desarrollo turístico de la hostería "Saavi" La figura tiene como objetivo principal dar a conocer las principales propuestas y ámbitos de enfoque del proyecto así como las medidas a tomar en cuanto a la resolución del problema.

Nos ayuda principalmente a organizar las ideas sobre las estrategias que se van a tomar sobre la aplicación de las medidas necesarias para que el plan de difusión se ejecute de la mejor manera, mostrándonos también los pasos que se deben tomar previo a la aplicación de la propuesta en si como son el levantamiento de atractivos turísticos, una parte fundamental en la investigación ya que según los atractivos turísticos encontrados podemos nosotros realizar en base a eso nuestros paquetes turísticos promocionales, estos paquetes incluirán visitas a estos mismo ya que de eso es lo que nosotros estamos promocionando, este cuadro también nos indica que debemos hacer un estudio de mercado, dentro de este nosotros mediante métodos de investigación evaluamos al target al cual nosotros queremos llegar y es así que se ha tomado como método de investigación las encuestas ya que es uno de los métodos más precisos para obtener información sobre las preferencias y motivos por los cuales la gente visita un atractivo turístico.

#### 4.04 Matriz del Marco Lógico

Tabla N° 8

Matriz del Marco Lógico

<b>FINALIDAD</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
Incrementar la llegada de turistas nacionales y extranjeros a la hostería "Saavi"	Incrementar la Visita de turistas en un 100% de capacidad para el año 2016	Estadísticas	Sustento de identidades del sector y propietario de la hostería
<b>PROPÓSITO</b>			
Difusión para el desarrollo turístico de la hostería "Saavi"	Que se dé un incremento de 50% de visita de turistas extranjeros	Material impreso o digital	Apoyo de los pobladores del sector.
<b>COMPONENTES</b>			
Recopilación de Información  Estudio de Mercado  Aplicación de la propuesta	Se busca que los elementos publicitarios incrementen la publicidad en un 100%	Antecedentes de encuestas y tabulación	Inyección de capital
<b>ACTIVIDADES</b>			
Levantamiento de información del sector  Recopilación de creación de la hostería  Recopilación de fotos	Los paquetes y recursos logren un incremento del 50% de turistas en los días Lunes, Martes, Miércoles y jueves	Presupuesto para mejorar la infraestructura del establecimiento.	Apoyo por parte del Ministerio de Turismo

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** la matriz nos ayuda para incentivar el proyecto de elaboración, en este caso se utiliza la matriz del marco lógico para darle desarrollo al proyecto en sí comprobando los fines, el propósito y actividades, dado en los cuadros de indicadores una valoración en tiempo y porcentaje el cual nos ayuda a visualizar de mejor manera los aspectos positivos.

Aumentando el incremento de turistas que es lo que persigue en primera instancia con el desarrollo de plan de difusión del proyecto, cumpliendo todos los objetivos planteados con cada una de sus actividades a realizar con el apoyo de varias entidades con la publicidad de repartición de flyers y volantes con información de la Hostería en varios sectores para que el turista llegue a visitarlo un implemento más que se añadirá es el poster ya que este es uno con dimensiones mayores y el cual ni pasa desapercibido por las personas.

## CAPÍTULO V

### 5.0 Propuesta

#### 5.01 Antecedentes

Historia del turismo: la historia del turismo es extensa. Sus orígenes pueden rastrearse en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son. Hoy el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio. (WordPress, 2008)

Definición del turismo: El turismo es una actividad económica que en las últimas décadas se ha desarrollado de manera acelerada a nivel mundial, que permite conocer sitios únicos, culturas impresionantes, paisajes increíbles y vivir experiencias de crecimiento profesional. La población mundial ha quedado fascinada con el sector turismo, ya que es una de las pocas actividades económicas generadora y multiplicadora de beneficios, entre estos se pueden mencionar: la generación de empleo y desarrollo económico, intercambio de culturas, es una fuente de promoción internacional, promueve la conservación, fomenta la inversión tecnológica, rompe estigmas, incentiva la inversión extranjera. De acuerdo a la OMT en el 2011 el turismo se ha convertido en la industria número uno a nivel internacional, muy por encima de la producción de automotores, productos químicos, petróleo y alimentos.

Cabe recalcar que el turismo mueve alrededor de 980 millones de turistas internacionales alrededor del mundo, anualmente con un ingreso económico superior a 1000 millones de dólares. (Roberto Caiza, 2012, pág. 9)

*Plan de Difusión:* la difusión y promoción del proyecto son acciones de un proceso educativo y reflexivo, que ayudan a formar nuevas visiones y generan propuestas que conducen a cambios en el sistema de vida de los actores del proyecto. La difusión y promoción debe ser realizada en forma continua, amplia y masiva, donde los actores trabajan organizadamente en diferentes momentos. (Eduardo Zamora L. B., 2003, pág. 7)

La promoción es complementaria a la difusión, y puede iniciar después o en forma paralela a esta. Dirige su esfuerzo a brindar información de manera directa y personalizada a los actores y posibles usuarios (as) sobre los servicios y oportunidades brindados por el proyecto; así como sobre los mecanismos de acceso a los mismos, procurando crear un mayor interés en dichos servicios. La promoción está dirigida a las comunidades o grupos menos desarrollados, apoyándolos en la identificación y formalización de sus demandas. (Eduardo Zamora L. B., 2003, pág. 7)

### 5.01.01 Matriz de análisis FODA

Tabla N° 9

Análisis FODA

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Factor Interno	Contar con atractivos que sean cercanos a la Hostería y de fácil acceso.	Limitada información sobre la ubicación de la hostería.
Factor Externo		
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias (FO)</b>	<b>Estrategias (DO)</b>
Contar con los recursos adecuados	Promocionar los atractivos turísticos a través de la tecnología.	Falta de promoción turística de los sectores aledaños.
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia (FA)</b>	<b>Estrategias (DA)</b>
Impactos ambientales	Atractivos naturales en condiciones adecuadas.	Carencia de autoridades para la limpieza de los sectores.

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** para la ejecución del plan se realiza el cuadro de análisis FODA que constituye las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del proyecto.

Tomando en cuenta la debilidad planteada para mejorarla. Se realiza un cruce de los mismos y obteniendo estrategias de cada uno de ellos ayudando a plantear las actividades y estrategias que deberíamos tomar para llevar a cabo el plan.

### 5.01.02 Investigación de mercado

La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña la técnica para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones. (Malhotra, Investigación de mercados , 2008, pág. 7)

“Según Naresh K. Malhotra, la investigación de mercados es "la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing". (Malhotra, Investigación de Mercados, 2008 , pág. 7)

Esta es la definición amplia que expresa esencialmente que la investigación de mercados es la investigación hecha sobre cualquier fase de la distribución que no se halla restringida a la investigación acerca de cualesquiera tipos dados de problemas de distribución. La definición se refiere a todos los hechos acerca de los problemas. Esta busca de todos los hechos importantes relacionados con un problema constituye un aspecto de mucha transcendencia de la investigación de mercados. Esta pone de relieve la necesidad de hacer un estudio sistemático y completo de todos los

problemas de la distribución. A menos que los hechos sean recopilados en esa forma, siempre existe el peligro de que algunos hechos sean ignorados y por lo tanto, las decisiones se basen en una información insuficiente. (Harris, Investigación de mercados, 1969, págs. 4-5)

La investigación de mercados incluye la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información. Cada una de las etapas del proceso es importante. Identificamos y definimos el problema u oportunidad de investigación de mercados y luego determinamos que información es necesaria investigar. Ya que cada de mercadotecnia se transforma en un problema que debe investigarse, los términos problema y oportunidad. Posteriormente se identifican las fuentes de información relevante y los métodos de recopilación de datos se evalúan de acuerdo con su complejidad y sofisticación, a fin de determinar su utilidad. Los datos se recopilan con el método más apropiado; se analizan, interpretan y obtienen deducciones. (Malhotra, Investigación de mercados , 1997, pág. 9)

**Análisis:** En el presente tema de investigación de mercado permite planificar, recopilar, analizar y comunicar antecedentes acerca de un producto con el fin de mejorar y dar solución a los problemas de su entorno, para lograr la acogida de un producto en el mercado turístico y satisfacer las necesidades de los clientes.

### **5.01.03 Instrumentos de la investigación**

Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación es el que tiene relación con la obtención de la información, pues de ello depende la confiabilidad y valides de estudio. Obtener información confiable y valida requiere cuidado y



### **5.01.03.01 Las encuestas**

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, se fundamenta en un cuestionario o conjunto de pregunta que se prepara con el propósito de obtener información de las personas. (Metodología de la Investigación, Metodología de la Investigación, Unidad de competencia II Tecnicas e Instrumentos, pág. 6)

### **5.01.03.02 La entrevista**

Es una técnica orientada a establecer contratos directos con las personas que se considere fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito de tener información más espontánea y abierta, durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio. (Metodología de la Investigación, pág. 7)

### **5.01.03.03 La observación**

La observación como técnica de investigación científica, es un proceso riguroso que permite conocer de forma directa el objeto de estudio para luego describir y analizar las situaciones sobre la realidad estudiada. (Torres, 2010, pág. 257)

**Análisis:** los instrumentos de investigación nombrados (encuesta, entrevista y observación) nos permiten recopilar información necesaria para la solución de un proyecto, a medida que nos ayuda a investigar puntos clave de la problemática que existe en el lugar sobre el tema relacionado dando una solución, en este caso la

herramienta que utilizaremos en este proyecto utilizaremos el instrumento de investigación de la encuesta.

#### **5.01.04 Población y Muestra**

Utilizamos la población y muestra para realizar un análisis de a cuantas personas debemos realizar la encuesta utilizando aquel método de investigación y de esta manera poder obtener datos exactos y reales para utilizar de excelente manera en nuestro plan de difusión turística.

5.01.04.01 Población: Una población es el conjunto de todos los elementos a los que se somete a un estudio estadístico. (Abellán, 2009, pág. 1)

5.01.04.02 Muestra: Una muestra es un conjunto representativo de la población de referencia, el número de individuos de una muestra es menor que el de la población. (Abellán, 2009, pág. 1)

Mediante estos instrumentos de investigación se pone se lleva a cabo la formulación para conocer el detalle de las personas encuestadas.

En donde se muestran los siguientes detalles:

n = tamaño de la muestra

N = población o universo

Z = Base al nivel de confianza 95% (1,95)

p = probabilidad de éxito 50% (0,5)

q = probabilidad de fracaso 50% (0,5)

e = margen de error 5% (0,05)

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

$$n = \frac{2.597.989 \times 0,50 \times 0,50 (1,95)^2}{(28.597.989 - 1)(0,05)^2 + 0,50 \times (0,50)(1,95)^2}$$

$$n = \frac{649497,25 \times 3,80}{2597988 (0,0025) + 0,25 \times (3,80)}$$

$$n = \frac{2.469713,2931}{6494'97 + 0,9506}$$

$$n = \frac{2.469713,29}{6495,92} \quad 380,19$$

$$n = 380 \text{ personas a encuestar.}$$

Realizando la formula detallada el resultado del siguiente métodos de investigación de la formula data con un valor de 380 personas a encuestar.

### 5.01.05 Encuesta

Tabla N° 10

Genero

Género	Número
Femenino	239
Masculino	141

Elaborado por: Jessica Chávez

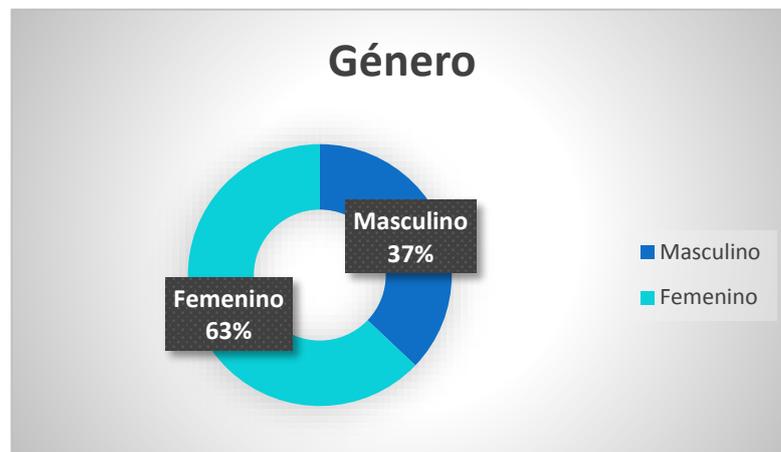


Figura N° 5  
Genero

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla reflejada se presenta el porcentaje de las personas encuestadas tanto masculinas como femeninas realizado mediante la fórmula dando un total de 380 personas a encuestar.

Tabla N° 11

Rango de edad

Edad	18-28	28-38	38-48	58...
Hombres	21	79	30	11
Mujeres	59	100	57	23

Elaborado por: Jessica Chávez

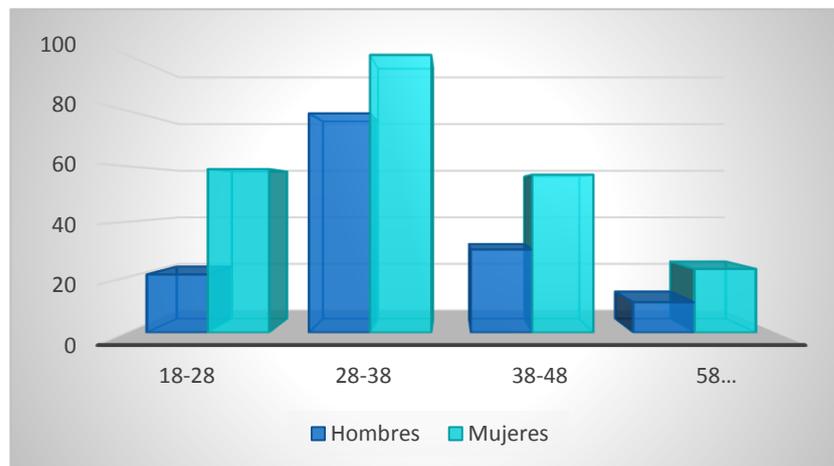


Figura N° 6

Rango de edad

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla reflejada se presenta el equivalente de las personas encuestadas en su rango de edad el porcentaje más alto de edades de las personas encuestadas en su rango son de 28-38 tanto masculina como femenina

## 1.- ¿Ha visitado la parroquia San José de Minas?

Tabla N° 12

Pregunta N° 1

Respuesta	Si	No
Hombres	10	131
Mujeres	27	219

Elaborado por: Jessica Chávez

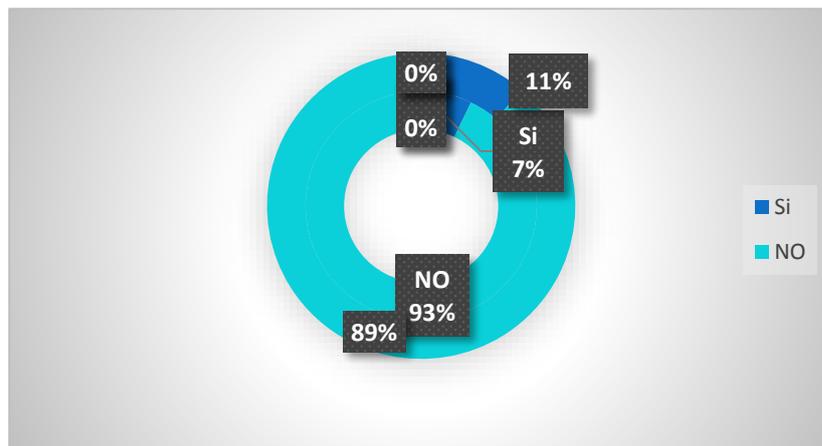


Figura N° 7

Pregunta 1

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** aquí se refleja que el 8 de los Hombres y el 9 de las Mujeres no conocen la parroquia de San José de Minas. Esto nos quiere decir que muchas de las personas no conocen sobre la parroquia o que tal vez escucharon en algún momento pero no la han visitado.

## 2.- ¿Le gustaría una buena comida y hospitalidad?

Tabla N° 13

Pregunta N° 2

Respuesta	Si	No
Hombres	141	0
Mujeres	239	0

Elaborado por: Jessica Chávez

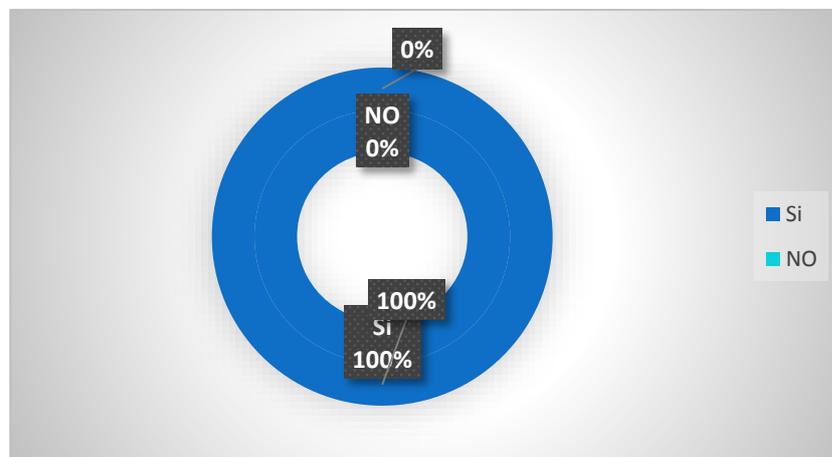


Figura N° 8

Pregunta 2

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** En la tabla reflejada podemos verificar un valor de 10 personas que les gustaría disfrutar de una buena comida y hospitalidad, ya que lo que buscan los pasajeros es que satisfagan sus necesidades.

### 3.- ¿Le gusta viajar con su familia a lugares diferentes?

Tabla N° 14

Pregunta N° 3

Respuesta	Si	No
Hombres	141	0
Mujeres	239	0

Elaborado por: Jessica Chávez

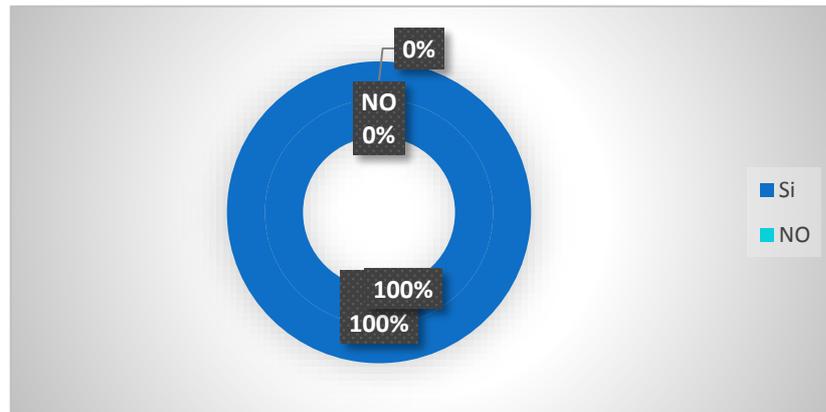


Figura N° 9

Pregunta 3

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** Aquí se refleja un valor de 10 tanto mujeres como hombres les gustara disfrutar y conocer lugares distintos para vivir experiencias únicas sea entre familia o compañeros. Las personas extranjeras por lo generar siempre busca conocer distintos lugares.

#### 4.- ¿Es amante de la naturaleza y aventura?

Tabla N° 15

Pregunta N° 4

Respuesta	Si	No
Hombres	128	13
Mujeres	230	9

Elaborado por: Jessica Chávez

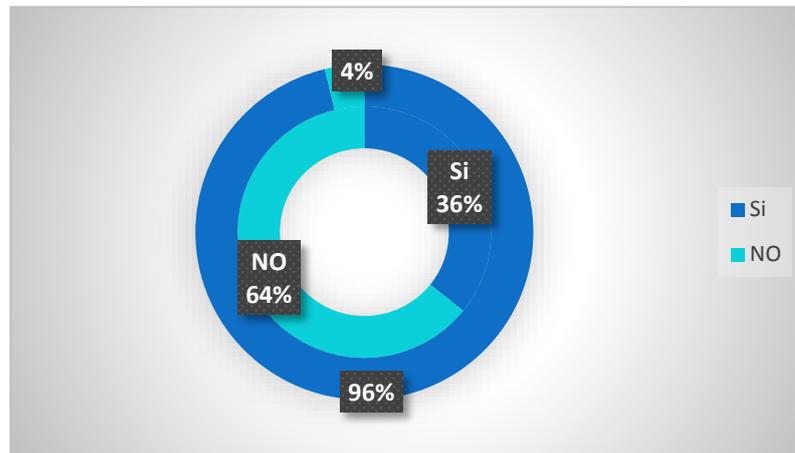


Figura N° 10

Pregunta 4

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** aquí se refleja que el 9 y 7 de hombres y mujeres son amantes a la naturaleza y les gusta disfrutar de un ambiente fuera de contaminación en el medio que se encuentran rodeados para disfrutar de sus vacaciones y el 4 y 6 de las personas con su criterio propio que no les gusta.

**5.- ¿Le gustaría hospedarse en un lugar con clima cálido cerca de la naturaleza?**

Tabla N° 16

Pregunta N 5

Genero	Si	No
Hombres	134	4
Mujeres	223	16

Elaborado por: Jessica Chávez

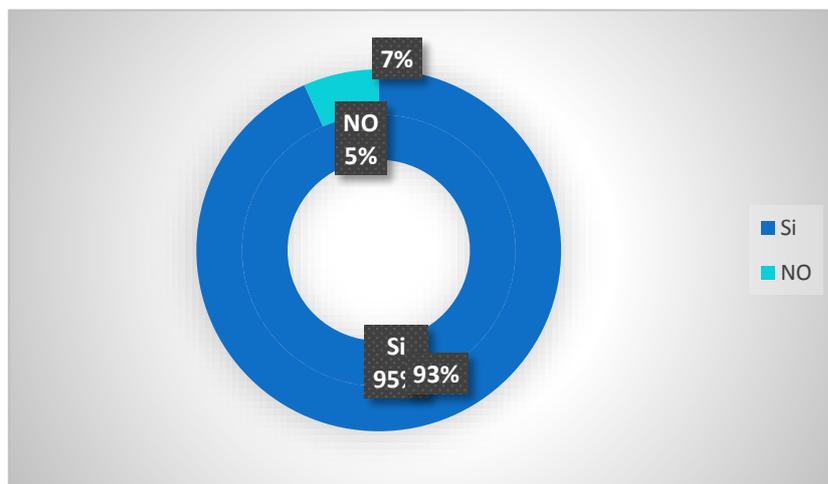


Figura N° 11

Pregunta 5

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior se refleja un valor de 9 de Hombres y mujeres que les gustaría disfrutar de un clima cálido, esto indica que si les gustaría compartir y cerca de la naturaleza, mientras que el 5 y 6 de las personas no lo disfrutaron. Mediante los resultados se va obteniendo que la mayoría de las personas estuvieron a gusto de disfrutarlo.

## 6.- ¿Ha escuchado hablar de la hostería "Saavi"?

Tabla N° 17

Pregunta N° 6

Respuesta	Si	No
Hombres	26	115
Mujeres	5	234

Elaborado por: Jessica Chávez

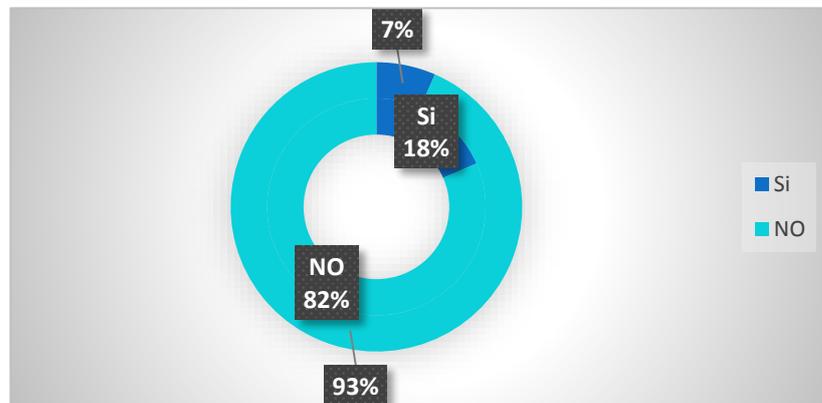


Figura N° 12

Pregunta N 7

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en esta pregunta indica el valor de 8 y 9 de hombres y mujeres no han escuchado hablar de la hostería pero les gustaría conocer, mientras que el 6 y 7 de los hombres y mujeres lo conocen pero no lo han visitado de alguna u otra manera solo ha escuchado o solo han pasado por el sector.

## 7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Tabla N° 18

Pregunta N° 7

Cantidad	\$ 55	\$ 60	\$ 75
Hombres	38	44	51
Mujeres	81	78	80

Elaborado por Jessica Chávez

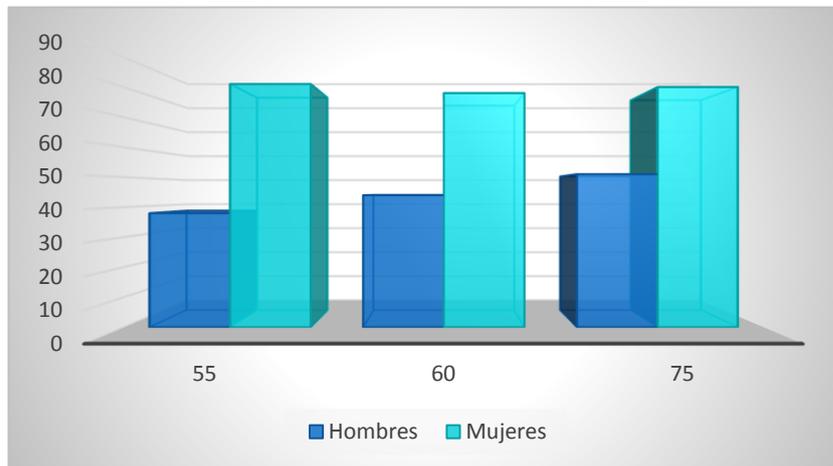


Figura N° 12

Pregunta N 7

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** aquí podemos ver que las mujeres y hombres tienen un equivalente alto y que la mayoría están dispuestos a pagar \$50 dólares por el servicio ya que debe ser un excelente servicio de acuerdo a su valor y disfrutar de sus servicios.

## 8.- ¿Estaría dispuesto a visitar este lugar?

Tabla N° 19

Pregunta N° 8

Genero	Si	No
Masculino	129	12
Femenino	220	19

Elaborado por: Jessica Chávez

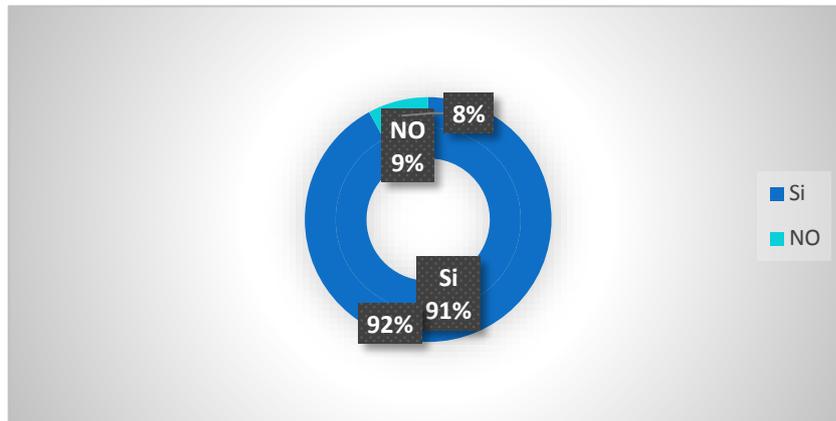


Figura N° 13

Pregunta N° 8

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** los resultados proyectados son con un valor de 9 tanto mujeres y hombres que estarían dispuestos a disfrutar de este lugar y conocerlo para salir de la rutina de visitar los mismo lugares.

## **5.02 Descripción de la herramienta o metodología que propone como solución**

El Plan de difusión turística se va a desarrollar en la parroquia de San José de Minas, se propone realizar ofertas y paquete turístico con actividades que se puedan llevar a cabo dentro o fuera de la Hostería aprovechando de sus recursos naturales que posee a su alrededor.

### 5.02.01 Paquete turístico:

Duración de 2 días 1 noche dentro de la hostería incluirán:

- Entrada
- Hospedaje
- Alimentación (plato típico)
- Guía Nativo
- Transporte

El paquete turístico incluirá entrada, hospedaje, alimentación, guía nativo y transporte, su recorrido empieza con la salida desde La ciudad de Quito, el punto de encuentro para los turistas será en el Parque Ejido, luego nos dirigiremos a Guayllabamba donde se realizara la primera parada para el desayuno el cual se disfrutara en el restaurante "El Riobambeñito", siguiendo el recorrido avanzamos hasta la parroquia de Puellaro conocida también como la capital de los Huevos ya que es una de la principales productoras, desde Puellaro inicia la Ruta escondida

llamada así ya que durante el recorrido de la Parroquia mencionada a San José de Minas se podrán encontrar algunos atractivos turísticos que pocas personas las conocen visitaremos el parque central en el cual podrán observar su naturaleza de la zona, la siguiente parada es la parroquia de Perucho en este lugar cultivan especialmente la mandarina, naranja, aguacates, caña de azúcar y uno de los más principales y más producidos es la chirimoya originaria del lugar aquí los pasajeros podrán degustar de las frutas mencionadas y comprarlas para ir disfrutando durante el trayecto, siguiendo el recorrido se avanza hasta la parroquia de Chavezpamba llegaremos a su iglesia para observar su infraestructura y conocer un poco sobre ella, avanzamos hasta la parroquia de Atahualpa con el fin de visitar su Iglesia antiguamente debido a un terremoto en Ibarra fue destruida pero en el año de 2005 se la remodeló visitaremos el interior de la Iglesia observando su religiosidad, concluyendo con la visita avanzamos hasta la Hostería " SAAVI" donde los turistas llegarán a disfrutar de la Naturaleza entre familia o amigos dispuestos a una diversión y a disfrutar de lo requerido.

#### 5.02.02 Promoción:

Contará con promociones

- Por grupo de 5 personas 1 gratis

-Vaso

-Gorra con el logo

-Llavero

-Cumpleaño torta gratis

-Jueves, Viernes, Sábado o Feriado (after party)

5.02.03 Flyers:

Medidas: 22cm \* 16cm

Imagen: Full color

Material: Papel couche 200 gr

Fotos: Paisaje y actividades

Contenido: Información, ubicación, servicio, costo



Figura N° 14

Elaborado por: Jessica Chávez



Figura N° 15

Elaborado por: Jessica Chávez

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

5.02.04 Tríptico:

Medidas: 29,7cm \* 21cm

Imagen: Full color

Material: Papel couche 150 gr

Fotos: Paisaje y actividades

Contenido: Información, ubicación, servicio, costo

<p><b>PAQUETE TURÍSTICO</b></p> <hr/> <p><b>USTED VISITARA:</b></p> <hr/> <p>GUAYLLABAMBA PUELLARO PERUCHO ATAHUALPA CHAVEZPAMBA SAN JOSÉ DE MINAS</p>		<p><b>VALOR:</b></p> <hr/> <p>Niños: \$2,00 Adultos: \$4,00 Tercera edad: \$3,00</p> <hr/> <p><b>Pago Contado:</b> \$74,00 *por persona <b>Pago con Tarjeta:</b> \$77,05 *por persona</p>
	<p><b>OFRECE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▲ Piscina</li> <li>▲ Tobogán</li> <li>▲ Turco</li> <li>▲ Hidromasaje</li> <li>▲ Canchas deportivas</li> <li>▲ Juegos infantiles</li> <li>▲ Restaurante</li> <li>▲ Caminata</li> <li>▲ Camping</li> <li>▲ Sala de convenciones</li> </ul>	

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.



Figura N° 16

Elaborado por: Jessica Chávez

#### 5.02.05 Posters:

Medidas: 29,7cm \* 42cm

Imagen: Full color

Material: Papel couche 200gr

Fotos: Paisaje y actividades

Contenido: Información, ubicación, servicio, costo

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

VEN Y DISFRUTA DE UN LUGAR PARADISIACO EN LA "RUTA ESCONDIDA"

**SAAVI**  
HOSTERÍA

**OFRECE**

- ▲ Piscina
- ▲ Tobogán
- ▲ Turco
- ▲ Hidromasaje
- ▲ Canchas deportivas
- ▲ Juegos infantiles
- ▲ Restaurante
- ▲ Caminata
- ▲ Camping
- ▲ Sala de convenciones

Niños: \$2.00    Adultos: \$4.00    Tercera Edad: \$3.00  
Paquete Turístico: Pago Contado: \$74,00 \*Por persona  
Pago con Tarjeta: \$77,05 \*Por persona

**CONTACTOS:** 0996800304 / 0987147411 / 0998379797 / 0987332072  
(02) 2473130

Figura N° 17

Elaborado por: Jessica Chávez

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

### 5.03 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta

**Misión:** Aumentar el flujo de turistas a la Hostería "Saavi" impulsando el Turismo no solo dentro de la Hostería sino en la parroquia, pensando en la satisfacción de los clientes tanto nacionales como internacionales no solo por las actividades que incluye sino por el servicio de calidad que se le brinda al turista, en cómodas instalaciones con un excelente equipo de trabajo implementando buenas prácticas turísticas para su comodidad y satisfacción.

**Visión:** Dar a conocer la hostería "Saavi" brindando un excelente servicio de alimentación, hospedaje y atractivos turísticos que posee el sector, con estándares de calidad y buenas prácticas de turismo que permita lograr la satisfacción de los clientes implementando nuevas estrategias y con un personal altamente capacitado para su desempeño en cada área.

**Estrategia:** Alcanzar a un futuro que la hostería logre obtener un desarrollo turístico amplio que ayude a la incrementación de personas en el mercado turístico tanto en la hostería como en la parroquia, con la implementación de nuevas estrategias para que los clientes queden satisfechos de la buena atención, alojamiento y diversión que se les brinda, se sientan a gusto de haber compartido sus vacaciones con la Hostería, con el fin de dejar en alto el nombre del Ecuador.

### 5.03.01. Precio de venta del paquete comisión a aplicar (AA.VV Su Mundo)

Tabla N° 20

Cotización del paquete ofertado por AA.VV Su Mundo

DETALLE	PRECIO
Transporte	\$ 20,00
Entrada	\$ 3,00
Alimentación	\$ 15,00
o Desayuno	\$ 2.50 por dos días
o Refrigerio	\$ 2.00 por dos días
o Almuerzo	\$ 4.00
o Merienda	\$ 2.00
Hospedaje	\$ 15,00
Guía	\$ 1,60
Coste total de la hostería	\$ 54,60
12% IVA	\$ 6,55
Coste a pagar hostería	\$ 61,15
(+) 20% comisión	\$ 12,23
<b>Precio al contado</b>	<b>\$ 73,38</b>
(5%) financiamiento tarjeta de crédito	\$ 3,67
<b>Precio de venta al publico</b>	<b>\$ 77,05</b>

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla representada anteriormente se encuentran la desagregación de los valores correspondientes al paquete turístico que corresponden a un día y medio de viaje bajo los siguientes supuestos son: Grupo de 16 pasajeros bajo la supervisión de un solo guía quien les dará información de cada atractivo visitado y cuidara del bienestar de cada uno de ellos, la visita será por 8 lugares atractivos durante el recorrido hasta llegar a la hostería.

### 5.03.02 Precio de venta del paquete comisión a aplicar (Hostería)

Tabla N° 21

Paquete para adultos en la Hostería

PAQUETE PARA ADULTOS	
DETALLE	PRECIO
Entrada	\$ 4,00
Alimentación (Opcional por comida)	\$ 5,00
Hospedaje (Opcional)	\$ 15,00
Coste total de la hostería	\$ 24,00
12% IVA	\$ 2,88
Coste a pagar hostería	\$ 26,88
(+) 30% Utilidad	\$ 8,06
<b>Precio al contado P.V.P.</b>	<b>\$ 34,94</b>

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** la tabla representada detalla el valor del paquete turístico para adultos con alimentación y hospedaje opcional ya que abran personas que solo visitaran la hostería por un día y no necesitan de hospedaje.

Tabla N° 22

Paquete para niños en la Hostería

PAQUETE PARA NIÑOS	
DETALLE	PRECIO
Entrada	\$ 2,00
Alimentación (Opcional por comida)	\$ 5,00
Hospedaje (Opcional)	\$ 15,00
Coste total de la hostería	\$ 22,00
12% IVA	\$ 2,64
Coste a pagar hostería	\$ 24,64
(+) 30% Utilidad	\$ 7,39
<b>Precio al contado P.V.P.</b>	<b>\$ 32,03</b>

Elaborado por: Jessica Chávez

Tabla N° 23

Paquete para tercera edad en la Hostería

PAQUETES PARA LA TERCERA EDAD	
DETALLE	PRECIO
Entrada	\$ 3,00
Alimentación (Opcional por comida)	\$ 5,00
Hospedaje (Opcional)	\$ 15,00
Coste total de la hostería	\$ 23,00
12% IVA	\$ 2,76
Coste a pagar hostería	\$ 25,76
(+) 30% Utilidad	\$ 7,73
<b>Precio al contado P.V.P.</b>	<b>\$ 33,49</b>

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en las tablas presentadas anteriormente cada una de ellas tiene su valor de entrada con hospedaje y alimentación opcional siendo 5 dólares el promedio del costo del plato.

### 5.03.03 Recopilación de información de Atractivos Turísticos

Entre las principales actividades turísticas que se pueden realizar en la Parroquia y principalmente en la Hostería podemos rescatar que este al ser un atractivo ecológico incluye servicios los cuales no dañen el medio ambiente y así aprovechar al máximo la flora y fauna con el que cuenta, garantizando así una experiencia grandiosa.

“El Ecuador tiene inventariado 1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales. Para cada uno de los atractivos tiene una jerarquía con el siguiente significado”. (Turismo, PLANDETOUR 2020, 2007, pág. 45)

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

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

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

JERARQUIA I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (Turismo, PLANDETOUR 2020, 2007, pág. 45)

Tabla N° 24

Jerarquización

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

Fuente: Información obtenida (Ministerio de Turismo)

Tabla N° 25

"Saavi"



Figura N° 18

Fuente: "Saavi"

Categoría:	Manifestación cultural	Tipo:	Etnografía
Provincia:	Pichincha	Subtipo:	Arquitectónico
Parroquia:	San José de Minas	Cantón:	Quito
Altitud:	1400 m.s.n.m	Temperatura:	17 a 24° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>Para llegar a la hostería se debe coger el bus Trans Minas en la estación de la Ofelia al norte de Quito se llega aproximadamente de 2h30 en bus y en automóvil a 1h45, la Hostería se encuentra ubicada en la Parroquia San José de Minas, rodeada por ríos y jardines con flora y fauna, dispone de habitaciones con agua caliente, juegos infantiles para los niños, canchas deportivas, piscinas con tobogán, hidromasaje y sauna, parqueadero y con un restaurante donde podrá degustar de ricos platos de comida.</p>			
Actividades: Hospedaje, descanso y entretenimiento			
<b>Estado :</b>	Conservado	<b>Entorno:</b>	Conservado
<b>Jerarquía:</b>			

Elaborado por: Jessica Chávez

Tabla N° 26

"Saavi"



Figura N° 19

Fuente: "Saavi"

Categoría:	Sitio natural	Tipo:	Ríos
Provincia:	Pichincha	Subtipo:	Rio cubi
Parroquia:	San José de Minas	Cantón:	Quito
Altitud:	1400 m.s.n.m	Temperatura:	17 a 24° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>El rio Cubi se encuentra ubicado en la Parroquia San José de Minas y cruza por la hostería, este río es uno de los atractivos turísticos del sector, se encuentra rodeado de bosques que se extienden a lo largo de la parroquia sus aguas son muy tranquilas, cálidas y cristalinas, por medio de este rio se forman pequeñas lagunas en las que existen peses y las personas se divierte pescando sus aguas también sirven para refrescarse, de igual manera es utilizada para regar los sembríos de la zona lo cual ayuda en el ahorro del agua potable y en las tardes su sonido es relajante.</p>			
Actividades: Entretenimiento, caminatas, diversión y recreación en el rio.			
<b>Estado :</b>	Conservado	<b>Entorno:</b>	Conservado
<b>Jerarquía:</b>			

Elaborado por Jessica Chávez

Tabla N° 27

"Saavi"



Figura N° 20

Fuente: "Saavi"

Categoría:	Sitios naturales	Tipo:	Ambiente Lacustre
Provincia:	Pichincha	Subtipo:	Laguna de Mojanda
Parroquia:	Atahualpa	Cantón:	Quito
Altitud:	3.500 m.s.n.m	Temperatura:	2° C. en la noche.
<p>Ubicación y descripción del atractivo:</p> <p>Las Lagunas de Mojanda se encuentran ubicadas en la parroquia de Atahualpa cerro Mojanda, es uno de los atractivos más visitados por los turistas nacionales e internacionales que visitan el Ecuador, su paisaje es paradisíaco durante la caminata o ciclo paseó se puede observar la flora y fauna, canto de las aves y especies de las zonas, también se puede realizar paseos en lanchas, pesca y camping las personas que lo visitan utilizan la paja de paramo para asentar sus carpas y acampar un fin de semana en las alturas.</p>			
<p>Actividades: caminatas, diversión y ciclo paseó.</p>			
<b>Estado :</b>	Conservado	<b>Entorno:</b>	Conservado
<b>Jerarquía:</b>			

Elaborado por: Jessica Chávez

Tabla N° 28

"Saavi"



Figura N° 21

Fuente: "Saavi"

Categoría:	Manifestaciones culturales	Tipo:	Histórica
Provincia:	Pichincha	Subtipo:	Iglesia de Perucho
Parroquia:	Perucho	Cantón:	Quito
Altitud:	1400 m.s.n.m	Temperatura:	17 a 24° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>La Iglesia se encuentra ubicada en la Parroquia de Perucho, fue construida en el año de 1700 su estructura es completamente de madera y ha sido catalogada la iglesia como único en el Ecuador, los turistas pueden disfrutar de un recorrido dentro de la iglesia y al mismo tiempo observar de su infraestructura, es una de las iglesias más visitadas y construidas en su totalidad de madera.</p>			
Actividades: Visita, conocimiento de su historia.			
<b>Estado :</b>	Conservado	Entorno:	Conservado
<b>Jerarquía:</b>			

Elaborado por: Jessica Chávez

Tabla N° 29

"Saavi"



Figura N° 22

Fuente: "Saavi"

Categoría:	Manifestaciones culturales	Tipo:	Históricas
Provincia:	Pichincha	Subtipo:	Iglesia y parque central Chavezpamba
Parroquia:	Chavezpamba	Cantón:	Quito
Altitud:	1400 m.s.n.m	Temperatura:	17 a 24° C
Ubicación y descripción del atractivo:			
<p>La Iglesia posee una infraestructura llamativa por dentro cuenta con partes de madera que llama mucho la atención y parque central se encuentran ubicados en la parroquia de Chavezpamba los turistas pueden disfrutar de un recorrido en el parque central, aquí tienen la oportunidad de compartir con su familia y degustar de la variedad de frutas de la zona.</p>			
<p>Actividades: Recorrido, observación, conocimiento de su historia y degustación de frutas de la zona.</p>			
<b>Estado :</b>	Conservado	<b>Entorno:</b>	Conservado
<b>Jerarquía:</b>			

Elaborado por: Jessica Chávez

Tabla N° 30

Clasificación de atractivos

Categoría	Tipo	Subtipo	Atractivo
<b>Sitios naturales</b>	Ríos	Hidrológico	Rio Cubi
	Ambientes lacustres	Área protegida	Laguna de Mojanda
<b>Manifestaciones Culturales</b>	Etnografía	Arquitectónico	Saavi
	Históricas	Arquitectónico	Iglesia de Perucho
	Históricas	Arquitectónico	Iglesia y parque central de Chavezpamba

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** La clasificación de los atractivos representados en las tablas podemos destacar la categoría y la división de cada uno de ellos, lo cual es importante darlos a conocer y sobre todo identificar cada uno de ellos a que tipo pertenece y colocar los atractivos turísticos que se han colocado en cada una de las tablas para así darle su característica.

### 5.03.04 Producto

El producto turístico que nosotros obtenemos de la hostería será poner a disposición todos los servicios para los turistas y que pueda disfrutar de actividades que posee la hostería y que más le guste realizar.

#### Desarrollo del Paquete

##### Itinerario 1

Día 1

7:00am Salida a Quito

7:30am Desayuno en Guayllabamba

8:30am Llegada a Puellaro

9:30pm Llegada a Perucho

10:00am Compra de frutas y degustación en Perucho

10:30am Visita al parque central e Iglesia de Chavezpamba

11:30am Visita a la Iglesia de Atahualpa

12:00pm Llegada a la Hostería

Día 2

7:30am Desayuno en la Hostería Saavi

8:30am Salida a La Iglesia de San José de Minas recorrido iglesia y artesanías

10:30am Compra de Artesanías y recorrido a sus alrededores

11:30 Visita al cementerio de figuras en arbustos San José de minas y refrigerio

12:00pm Regreso a Quito

### 5.03.05 Precio

El precio del paquete turístico creado refleja entrada a los atractivos, hospedaje, alimentación, transporte ofreciendo un servicio excelente y de calidad satisfaciendo las necesidades del turista y así se sientan a gusto del paquete obtenido.

Tabla N° 31

Precio

Paquete	Precio	Actividades	Incluye	No Incluye
Paquete turístico	\$ 74.00	Caminatas Juegos infantiles Natación Futbol, básquet, vóleibol.	Entradas Hospedaje Alimentación Transporte dentro de la parroquia Guía	Transporte fuera de la parroquia Consumos extras

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** él en cuadro anterior se puede observar el valor del paquete equivalente a \$ 74.00, se ha tomado en cuenta la cifra obtenida de las encuestas y de igual manera lo que incluye el paquete para su precio, se detallan las actividades lo que incluye primordialmente para el paquete son entradas, alimentación, hospedaje y

transporte, de esta manera se obtuvo el costo del guía quien es el que presta el servicio desde Quito hasta la llegada de los turistas a la hostería.

#### **5.03.06 Plaza**

La Hostería "Saavi" está ubicada en la provincia de Pichincha en la Parroquia de San José de Minas desde Quito aproximadamente a 2H30 min de la ciudad de Quito, para llegar a la hostería se debe tomar en la estación de la Ofelia el bus Trans Minas / Otavalo, se encuentra a 60 kilómetros desde Quito.

#### **5.03.07 Personas**

Las personas involucradas con los turistas y los que se presta los servicios para satisfacer al cliente, el gerente propietario, el guía y los trabajadores de la hostería.

##### 5.03.07.01 Organigrama estructural:

##### 5.03.07.01.01 Gerente Propietario Administrativo:

Saavedra José Elías, la persona que ofrece sus servicios de hospedaje, recreación y atención al cliente quien se encarga de que los turistas se sientan a gusto de compartir unos días.

##### 5.03.07.01.02 Guía:

Es el encargado de brindar el servicio de guianza en las rutas mencionadas anteriormente, se encarga de la organización con el grupo y resguardar a los turistas para que su experiencia sea satisfactoria.

5.03.07.01.03 Trabajadores de la hostería:

Estos son los encargados de mantener a la hostería en un buen estado y darla mantenimiento, cada vez mejorando para los turistas, viendo que todo esté en perfecto estado para la llegada de las personas, de igual manera de los servicios de alimentación y durante la estancia brindan servicios de calidad. Para complacer los requerimientos de los turistas, encargados de la preparación y el servicio de alimentos.

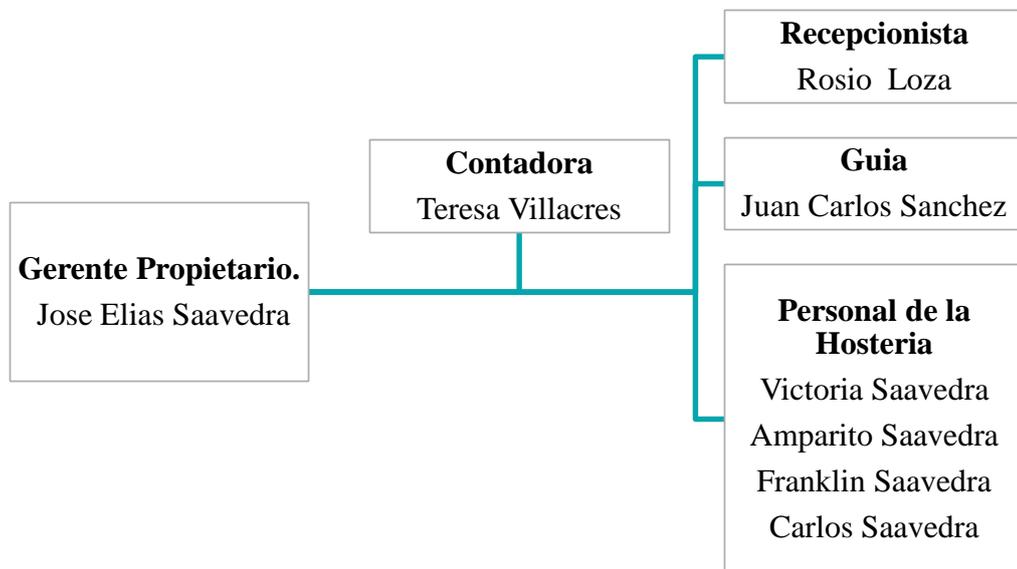


Figura N° 23

Organigrama estructural.

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en el organigrama presentado anteriormente podemos observar la jerarquía de la hostería ubicando, como Gerente-Propietario Administrativo de la Hostería el Sr. Saavedra José Elías seguido por la contadora la Sra. Teresa Villacres

la cual lleva la parte contable de la Hostería, la recepcionista la cual está encargada de las reservas y la bienvenida de los turistas para la Hostería, el guía se encarga de los turistas quien es la persona que llevara más tiempo con ellos y cuidara de la seguridad de la seguridad del grupo, por ultimo tenemos al personal de la hostería quienes brindaran los servicios para complacer todas sus necesidades.

### **5.03.08 Promoción**

La promoción correspondiente a la hostería se llevara a cabo mediante el marketing para potencializar la hostería y de igual manera la zona en la que se encuentra ubicada.

Todas las estrategias mencionadas anteriormente se podrán en marcha con la ayuda de las personas y principalmente de la publicidad y promoción para poder incentivar a las personas y así a un futuro lograr una gran demanda turística no solo en la parroquia sino en todas sus zonas aledañas.

#### 5.03.08.01 Logotipo:

El logotipo de la hostería es la imagen que identifica a la Hostería Saavi, este debe ser llamativo por lo cual se lo ha dado un diferente color a cada una de las letras y de esta manera que incentive y llame la atención a los turistas a conocerlo.



Figura N° 24

Elaborado por: Jessica Chávez

5.03.08.02 Material Promocional:

Se diseña con el objetivo de dar a conocer, impactar e incentivar la atención de los turistas que lo visiten, dando a conocer el paquete turístico los servicios que ofrece y sus promociones.

5.03.08.03 Internet:

La página creada de la hostería se encargara de promocionar el paquete turístico y dando a conocer las actividades que se pueden realizar en la hosteria.

5.03.08.04 Flyers:

Este incluirá lo que ofrece la Hostería, imágenes y el costo.

5.03.08.05 Tríptico:

En los trípticos se detallara información, imágenes de la hostería y las actividades que se pueden realizar en ella.

5.03.08.06 Poster Promocional:

El poster es una herramienta la cual nos ayuda con el alcance a la vista de las personas ya que es una forma práctica y llamativa de dar a conocer a las personas gracias a su tamaño y colores llamativos.

5.03.08.07 Promoción:

Contará con promociones como por grupo de 5 personas 1 gratis, jueves, Viernes, Sábado o Feriado (after party), cumpleaños torta gratis.

5.03.08.07.01 Vaso:

El vaso promocional será de calidad media, en color blanco con el logotipo de la hostería.

5.03.08.07.02 Llaverito:

Este llaverito contará con letras impresas con el nombre de la hostería.

5.03.08.08.03 Gorra con el logo promocional:

Gorra con el logo de la Hostería en color blanca y letras bordadas con el nombre de la hostería.

## CAPÍTULO VI

### 6.0 Aspectos Administrativos

#### 6.01 Recursos

Tabla N° 32

Talento Humano

<b>Población</b>	2.597.989
<b>Tutor</b>	Ing. Patricio Acuña
<b>Lector</b>	Marlene Andrade
<b>Gerente Propietario</b>	José Elías Saavedra
<b>Investigador</b>	Jessica Chávez

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior podemos observar a todas las personas que estuvieron implicadas durante la elaboración del proyecto, desde la población hasta la persona que realizó la investigación.

Tabla N° 33

Recurso Tecnológico

<b>Internet</b>
<b>Computador</b>
<b>Cámara de fotos</b>
<b>Celular</b>
<b>Transporte</b>
<b>Impresora</b>
<b>Hospedaje</b>
<b>Alimentación</b>

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** Los recursos detallados a utilizarse son los más importantes en este punto ya que por medio de ellos se va elaborando gran parte del proyecto lo que se utilizó fue Internet como una fuente de consultas para todas las investigaciones he información necesaria, computador el primordial para realizar la redacción del proyecto, cámara fotográfica para la realización de los flyers, trípticos, posters y transferencias de archivos e impresora para revisión de la tesis.

Tabla N° 34

Presupuesto elaboración de la tesis

<b>Internet</b>	<b>\$ 20.00</b>
<b>Impresiones</b>	\$ 7.00
<b>Hospedaje</b>	\$ 30.00
<b>Transporte</b>	\$ 40.00
<b>Alimentación</b>	\$ 25.00
<b>Suministros</b>	\$ 10.00
<b>Empastado</b>	\$ 16.00
<b>Anillado</b>	\$ 6.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 154.00</b>

Elaborado por: Jessica Chávez

Tabla N° 35

Presupuesto de la aplicación de la propuesta

Producto	Costo
Publicidad en redes sociales	\$ 60.00
Diseño de flyers, trípticos y poster	\$ 100.00
Diseño de vasos	\$ 100.00
Gorra con el logo	\$ 400.00
Diseño de botones	\$ 45.00
Producción de posters	\$ 80.00
<b>Total</b>	<b>\$ 785.00</b>
<b>TOTAL GENERAL:</b>	<b>\$ 939.00</b>

Elaborado por: Jessica Chávez

**Análisis:** en la tabla anterior se puede observar los materiales que se utilizaron para el desarrollo del proyecto y el presupuesto de la aplicación de la propuesta cada uno de ellos con su respectivo precio, el total de inversión para la difusión del atractivo es de \$939.00 sumando las dos tablas valor que será cubierto por la hostería.

Tabla N° 36

## Cronograma de Actividades

Actividades		Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr
1	Presentación del tema							
3	Aprobación del Tema							
4	Entrega Capítulo 1 Antecedentes							
5	Entrega Capítulo 2 Análisis de involucrados							
6	Entrega Capítulo 3 Árbol de problemas y objetivos							
7	Entrega Capítulo 4 Análisis de alternativas							
8	Entrega Capítulo 5 Propuesta y Antecedentes							
1	Entrega Capítulo 6 Aspectos administrativos							
2	Entrega Capítulo 7 Conclusiones, recomendaciones							
3	Sustentación de la Tesis							

Elaborado por: Jessica Chávez

## CAPÍTULO VII

### 7.0 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

Llegando a conclusión en este plan de difusión turística de la hostería Saavi ayudara con la incrementación de ingresos y de personas tanto a la hostería como en el sector, una de las bases importantes es que al darlo a conocer ya que al mismo tiempo se implementaran más fuentes de trabajo para la población y así ayudara a incentivar a las personas hacia el turismo.

Incentiva a las pequeñas y medianas empresas para dinamizar la economía incentiva al turismo y de esta manera hacer la zona más conocida.

Dar a conocer los atractivos turísticos que rodean a la hostería e incentivar a que la gente realice actividades fuera de lo común en un espacio con la naturaleza principalmente difundiendo cada uno de los atractivos con los que cuenta el Ecuador.

El Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) plantea con la implementación de un conjunto de políticas “Impulsar la transformación de la matriz productiva” (Objetivo 10) que permita al Ecuador generar mayor valor agregado a través de herramientas de especialización.

Se espera alcanzar una planificación zonal grande ya que la parroquia San José de Minas se encuentra en el cantón Quito y está rodeada de los siguientes cantones San Miguel de los Bancos, Rumiñahui y Pedro Moncayo por lo que se aspira que las personas de diferentes zonas aledañas conozcan y lleguen a este sitio.

## 7.02 Recomendaciones

Se recomienda al propietario de la hostería implementar nuevas estrategias que llamen la atención de los clientes y al mismo tiempo de los atractivos turísticos de la parroquia.

Recomendación a los turistas para que cuiden el medio ambiente con el que están rodeados día a día al realizar las actividades turísticas para que así en un futuro se siga conservando de mejor manera los recursos naturales que existe en nuestro país y así puedan disfrutar de un acogedor ambiente para que la actividad turística siga creciendo y llegue a un potencial alto.

Dar a conocer de mejor manera con publicidad e incrementar la llegada de turistas y abastecer de trabajo a la población.

Realizar un estudio de la capacidad instalada que tiene la hostería para saber a cuantas personas puede ofrecer fuentes de trabajo y según eso establecer un mercado neta más allegado a la realidad.

No sobrepasar el \$75.00 dólares del paquete turístico ya que según las encuestas realizadas las personas están dispuestas a pagar ese monto.

Tener un guía fijo que tenga un buen conocimiento de los lugares a conocer y de las seguridades que se debe mantener durante el transcurso del recorrido

## Bibliografía

- Arico, V. (2010). Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona. Quito - Ecuador: 44-48.
- Burga, D. M. (2014). *Metodología del marco lógico*. Cempro. Obtenido de <http://www.cempro.org.pe/2011/11/paso-4-analisis-de-alternativas.html>
- CEMPRO. (s.f.). *Planes y Proyectos*. Obtenido de 2011: <http://www.cempro.org.pe/2011/11/definicion-del-problema-central.html>
- Contreras, D. O. (5 de abril de 2013). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Metodología de la Investigación: <http://mscomairametodologiadelainvestigacion.blogspot.com/2013/04/tecnicas-e-instrumentos-de.html>
- Cortez, V. M. (2010). *Plan de manejo turístico para la Parroquia San José de Minas, como alternativa de crecimiento socio-económico en la zona*. Quito-Ecuador: Página 44-48.
- Eduardo Zamora, L. B. (2003). Difusión y promoción del proyecto.
- Harris, E. E. (1969). Investigación de mercados. En E. E. Harris, *Investigación de mercados* (págs. 4-5).
- Investigación de mercado*. (04 de 2012). Obtenido de Mercado y Marketing: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- Malhotra, N. K. (1997). Investigación de mercados . En N. K. Malhotra, *Investigación de mercados-Segunda edición* (pág. 9).
- Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados . En N. K. Malhotra, *Investigación de mercados-Quinta edición* (pág. 7).
- Metodología de la Investigación, U. d. (s.f.). Mexico.
- Metodología de la Investigación, U. d. (s.f.). Metodología de la Investigación, Unidad de competencia II Técnicas e Instrumentos. En *Metodología de la Investigación, Unidad de competencia II Técnicas e Instrumentos* (págs. 1-3). Mexico.
- Metodología de la Investigación, U. d. (s.f.). Metodología de la Investigación, Unidad de competencia II Técnicas e Instrumentos. Mexico.
- Ministerio de Inclusión Social. (08 de 2011). *Inclusión Social*. Obtenido de Buen Vivir: <http://www.inclusion.gob.ec/politica-social/>

- Quito, D. M. (2015). Obtenido de <http://www.in-quito.com/uo-kito-qito-kyto-kyto/spanish-uo/informacion.htm>
- Roberto Caiza, E. M. (2012). ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN TERRITORIO ECUATORIANO. En E. M. Roberto Caiza, *ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN TERRITORIO ECUATORIANO* (pág. 8).
- Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación Tercera Edición*. Colombia: Orlando Fernández Palma.
- Turismo, M. d. (2007). PLANDETOUR 2020. En M. d. Turismo, *PLANDETOUR 2020* (pág. 44). Ecuador.
- Turismo, M. d. (2015). Obtenido de <http://www.amalavida.tv/novedades/san-jose-de-minas-turistico>

# ANEXOS

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

## CARTA DE AUSPICIO

# "SAAVI"

Quito, 02 de Abril del 2016

Ing. Frikzia Mendoza Msc.  
DIRECTORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA Y HOTELERA  
"ITSCO"  
Presente.

De nuestra mayor consideración,

Por medio del presente un cordial saludo y aprovecho la oportunidad para desearle éxitos en sus funciones.

Yo José Elías Saavedra, en mi calidad de Gerente Administrativo de la Hostería "SAAVI", consiente de la necesidad de la Señorita Chávez Taco Jessica Lorena con C.I. 1722492061 estudiante del Sexto Semestre de la Carrera de Administración Turística y Hotelera, permito facilitar todos los medios necesarios para su proceso de titulación con el tema "Plan de difusión turística en la Hostería Saavi ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia San José de Minas con el propósito de dar a conocer a los visitantes sus atractivos turísticos", adjunto el certificado correspondiente de apoyo a fin de poder evaluar mejor este requerimiento.

Agradeciendo la consideración que dé a la presente, le saludamos con nuestra consideración más distinguida.

Atentamente,

  
José Elías Saavedra

GERENTE ADMINISTRATIVO HOSTERÍA "SAAVI"

## ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo levantar la información necesaria para conocer las necesidades, gustos y preferencias que tienen los turistas, con el fin de realizar una tesis de grado para obtener el título de tecnólogo.

**Marque con una x la respuesta que considere conveniente.**

Genero

Masculino

Femenino

Rango

18-28

28-38

38-48

58....

Marque con una x la respuesta que le parezca conveniente.

1. ¿Ha visitado usted la Parroquia San José de Minas?

SI

NO

2. ¿Le gustaría una buena comida y hospitalidad?

SI

NO

3. ¿Le gusta viajar con su familia a lugares diferentes?

SI

NO

4. ¿Es amante de la naturaleza y aventura?

SI

NO

5.- ¿Le gustaría Hospedarse en un lugar con clima cálido cerca de la naturaleza?

SI

NO

6.- ¿Ha escuchado hablar de la Hostería "Saavi" en La parroquia de San José de Minas?

SI

NO

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedarse en este lugar?

\$55,00

\$60,00

\$75,00

8.- ¿Estaría dispuesto a visitar este lugar?

SI

NO

**Gracias por su colaboración**



**CASA DE PAJA**



**RESTAURANTE**

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.



**LAGUNA DE PATOS**



**CAMINATAS**

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.



**HIDROMASAJE**



**PISCINA**

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.



**SALAS DE ESPERA**



**PARQUEADERO**

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.



**CANCHAS DEPORTIVAS**



**HABITACIONES**

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.



**AUDITORIO**



**HOSTERÍA**

---

PLAN DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN LA HOSTERÍA SAAVI UBICADO EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO, PARROQUIA SAN JOSÉ DE MINAS CON EL PROPÓSITO DE DAR A LOS VISITANTES SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.