



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA
EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: ESTUDIO DEL AVITURISMO COMO
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO
TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE MINDO.**

**AUTORES: MUÑOZ PALACIOS JEIKA
ALEJANDRA**

RIVERA CAIZA EVELYN JEANNETH

DIRECTOR: NOVOA BRITO CARLOS

SANGOLQUÍ

2017

CERTIFICADO TUTOR

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “ESTUDIO DEL AVITURISMO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE MINDO” realizado por las señoritas **JEIKA ALEJANDRA MUÑOZ PALACIOS** y **EVELYN JEANNETH RIVERA CAIZA**, ha sido revisado en su totalidad, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas **JEIKA ALEJANDRA MUÑOZ PALACIOS** y **EVELYN JEANNETH RIVERA CAIZA** para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 31 de julio del 2017



Msc. Carlos Novoa

DIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

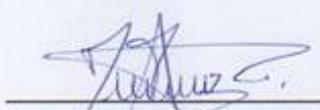
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

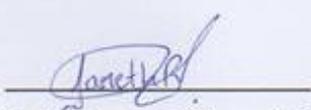
Nosotras, **JEIKA ALEJANDRA MUÑOZ PALACIOS**, con cédula de identidad N° 172569423-4 y **EVELYN JEANNETH RIVERA CAIZA**, con cédula de identidad N° 171842369-0, declaramos que este trabajo de titulación “**ESTUDIO DEL AVITURISMO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE MINDO**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 31 de julio del 2017



Jeika Alejandra Muñoz Palacios
C.I.: 172569423-4



Evelyn Jeanneth Rivera Caiza
C.I.: 171842369-0

AUTORIZACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **JEIKA ALEJANDRA MUÑOZ PALACIOS** y **EVELYN JEANNETH RIVERA CAIZA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución la presente trabajo de titulación **“ESTUDIO DEL AVITURISMO COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE MINDO”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 31 de Julio del 2017

Jeika Alejandra Muñoz Palacios

C.I: 1725694234

Evelyn Jeanneth Rivera Caiza

C.I: 1718423690

DEDICATORIA

A mi familia

A ti mi gordita que me diste todo, sin pedir nada. Gracias por ayudarme, por animarme y empujarme a la felicidad que he alcanzado. Te amo mamita linda.

Para el hombre de mi vida, tú me enseñaste que para alcanzar los sueños hace falta extender las alas y volar. Papu y Colibrí se aman por siempre.

Siempre estuvo pendiente de mí, por invadirme de una deliciosa mezcla de risas cuando las necesitaba y por sus historias maravillosas. Gracias por su amor abuelita.

Tener una hermana como tú ha sido como tener a un ángel compartiendo los mismos juegos, mis problemas y todos mis secretos. Eres mi complemento.

A Sebastian

Tu cariño me hace mejor y tus cuidados me hacen fuerte. Gracias mi amor por acompañarme en este camino y por iluminar mis horas con tu energía. Te amo.

A Evelyn

En mi corazón llevo grabado los mejores recuerdos de nuestra amistad querida amiga. Quiero que sepas que siento una gran admiración por tu manera de ser y considero que es un privilegio conocerte.

A mis colegas

Gracias por darme la libertad de ser yo misma y confío que la vida nos seguirá regalando gratos momentos de amistad. Las quiero.

Jeika Muñoz

A mis padres

Porque son una parte muy valiosa de mi vida y por haberme forjado como la persona que soy ahora; muchos de mis logros han sido gracias a ustedes por su apoyo incondicional y los buenos consejos que desde niña me los supieron dar. LOS AMO.

A Gabriel

Mi sobrino, que desde que supe que existías mis ganas por luchar y alcanzar mis metas se elevaron; eres tu una partecita muy importante de mí y te has convertido en mi inspiración y espero ser un ejemplo para que cada etapa de tu vida sepas encaminarte por el bien y nunca decaer. ERES MI FELICIDAD.

A Dennis

Mi mejor amigo, mi amor que ha sido un apoyo muy importante en esta gran etapa, por estar a mi lado en cada momento y enseñarme ese amor profundo e incondicional que supera cualquier adversidad. TE AMO

A Jeika

Por su paciencia, comprensión y apoyo durante el transcurso de este proyecto, gracias a tu participación pudimos cumplir esta meta; te convertiste en una amiga, un complemento importante. GRACIAS AMIGA

Evelyn Rivera

AGRADECIMIENTO

A nuestro amado Padre Celestial por unirnos en este proyecto, que más regalo que la amistad. Dios, tú sabes cómo haces las cosas y te encargas de poner a personas muy especiales y sabias en nuestro camino.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE institución que nos dio la mejor época de nuestra vida emocional y profesional, porque el estudiar aquí fue nuestro paso de inicio al mundo que algún día lo conquistaremos, dentro de ella nos hemos superado y formado académicamente.

Ing. Carlos Novoa, a usted director por apoyar de alguna manera nuestro tema de investigación, con su valioso aporte hemos podido acabar con este arduo trabajo que fue un reto para concluir con esta etapa final de nuestra carrera.

Ing. Fernando Iturralde loco y emprendedor que nos abrió las puertas de su casa y nos supo orientar a la mejor elección para plasmar nuestras ideas en una propuesta innovadora para el proyecto, gracias por habernos brindado la oportunidad de recurrir a sus conocimientos y por ser un amigo más.

A Vilma Durán, Diego Patiño, Alex Luna, Julia Patiño y Javier Arias grupo de expertos en el área, personas dedicadas y apasionadas por su trabajo. Nuestras gratitudes por su tiempo, su disposición, y por su gran lucha de fortalecer cada día más la parroquia de Mindo.

A nuestro amigo Alexis que con su gran habilidad y capacidad nos colaboró en proyectar y dar a conocer la actividad del Aviturismo en bonitos diseños, por su tiempo y paciencia. A nuestros amigos del curso con quienes compartimos día a día nuestras alegrías, penas, triunfos, fracasos y una que otra picardía. Y gracias al resto de nuestra familia porque son fuente de inspiración para cumplir cada meta propuesta.

ÍNDICE

CERTIFICADO TUTOR	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1 Teorías de soporte	3
1.2 Marco Referencial	9
CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO	25
2.1 Enfoque de Investigación	25
2.2 Tipología de investigación	25
2.2.1 Por su finalidad Aplicada.....	25
2.2.2 Por las fuentes de información.....	25
2.2.3 Por las unidades de análisis	26
2.2.4 Por el control de las variables No Experimental.....	26
2.2.5 Por el alcance Correlacional	26
2.3 Instrumentos	26
2.4 Cobertura de las unidades de análisis	31
2.5 Procedimiento para recolección y análisis de datos	32

CAPÍTULO III.....	33
RESULTADOS.....	33
3.1 Análisis encuestas.....	33
3.1.1 Datos generales	33
3.1.2 Perfil de turista.....	39
3.2 Análisis Entrevista.....	65
CAPÍTULO IV	71
PROPUESTA	71
4.1 Unidades de promoción	71
Estrategia de promoción para turista nacional	73
Estrategia de promoción para turista extranjero	76
Estrategias de promoción para turistas nacionales y extranjeros.....	78
4.2 Restricciones presentadas en la realización del proyecto de investigación.....	91
4.3 Propuesta para nuevos proyectos de investigación	91
4.4 Conclusiones y Recomendaciones	92
BIBLIOGRAFÍA.....	94

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1. Oferta de Aviturismo en Mindo	19
Tabla 2. Nacionalidad de los turistas que visitan Mindo	33
Tabla 3. Género de los turistas que visitan Mindo	34
Tabla 4. Edad de los turistas	36
Tabla 5. Ocupación de los turistas que visitan Mindo	37
Tabla 6. Pregunta 1: ¿Qué atractivos de Mindo usted tiene mayor conocimiento?..	39
Tabla 7. Pregunta 2: Medios por los cuales tiene conocimiento de Mindo	42
Tabla 8. Pregunta 3: Indique cual es el motivo de visita a la parroquia.....	44
Tabla 9. Pregunta 4: Cuando visita Mindo. ¿Qué actividades realiza?.....	46
Tabla 10. Pregunta 5: Tiene conocimiento que en Mindo se realiza Aviturismo	47
Tabla 11. Pregunta 6: ¿Por qué medios conoce sobre el Aviturismo en Mindo?	49
Tabla 12. Pregunta 7: Indique interés por realizar Aviturismo en Mindo.	50
Tabla 13. Pregunta 8: ¿Qué aves llaman más su atención?.....	52
Tabla 14. Pregunta 9: Tiempo de estancia en Mindo para realizar Aviturismo.....	53
Tabla 15. Pregunta 10: Le gustaría un tour de aves combinado	54
Tabla 16. Pregunta 11: ¿Qué actividades le gustaría esté diseñado su tour?	56
Tabla 17. Pregunta 12: Pago por un tour de aves siendo este un half day	58
Tabla 18. Pregunta 13: Pago por un tour de aves siendo este un full day.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de Maslow: Reconocimiento de la necesidad	9
Figura 2. Esquema de la clasificación según los tipos de Turismo.....	10
Figura 3. Nacionalidad de los turistas que visitan Mindo.....	33
Figura 4. Género de los turistas que visitan Mindo	35
Figura 5. Edad de los turistas	36
Figura 6. Ocupación de los turistas que visitan Mindo.....	38
Figura 7. Bosque Protector Mindo Nambillo.....	40
Figura 8. Quetzal de Mindo (Tour de Chocolate).....	40
Figura 9. Áreas naturales (ríos, cascadas y senderos).....	41
Figura 10. Mariposario.....	41
Figura 11. Medios por los cuales se conoce Mindo	43
Figura 12. Motivo de visita	44
Figura 13. Conocimiento de Aviturismo en Mindo	48
Figura 14. Medios para conocimiento de Aviturismo en Mindo	49
Figura 15. Interés de realizar Aviturismo en Mindo	51
Figura 16. Tiempo de estancia para realizar Aviturismo	53
Figura 17. Combinación de Aviturismo con otras actividades turísticas.....	55
Figura 18. Actividades para combinar tour para combinación de aves	57
Figura 19. Pago por tour de aves siendo un half day	58
Figura 20. Pago por tour de aves siendo un full day.....	60
Figura 21. Perfil del turista Extranjero.....	62
Figura 22. Perfil del turista Nacional	64
Figura 23. Unidades de promoción	71
Figura 24. Logo Aviturismo en Mindo	72
Figura 25. Colores Corporativos Logo Aviturismo en Mindo.....	73
Figura 26. Tomas del video promocional	74
Figura 27. Video DVD (Suplemento en el periódico)	75
Figura 28. Diseño Mupi Publicitario	77
Figura 29. Diseño Mupi Publicitario en el aeropuerto.....	77
Figura 30. Libro Fotográfico.....	79

Figura 31. Portal de la página web de Mindo	80
Figura 32. Pestaña “Inicio” de la página web	81
Figura 33. Pestaña “Sobre Mindo” de la página web	81
Figura 34. Pestaña “Sobre Mindo” de la página web	81
Figura 35. Pestaña “Especies” de la página web	82
Figura 36. Pestaña “Especies” de la página web	82
Figura 37. Pestaña “Cómo avistar” de la página web	83
Figura 38. Pestaña “Cómo avistar” de la página web	83
Figura 39. Pestaña “Contactos” de la página web	84
Figura 40. Contactos prestadores de servicio	84
Figura 41. Pestaña "Ubicación"	85
Figura 42. Fan Page en Facebook Aviturismo Mindo	86
Figura 43. Cuenta en Instagram Aviturismo Mindo	86
Figura 44. Diseño Feria Avituristicas de Mindo	88
Figura 45. Diseño de publicidad Concurso de Fotografía Aves de Mindo.....	90

RESUMEN

El Aviturismo es una actividad que se ha manifestado en Ecuador desde hace 30 años, en la actualidad los turistas tienden a buscar destinos que ofrezcan relajación y ocio que les permita una interacción integra con la naturaleza, con el propósito de encontrar momentos de quietud y experiencias únicas que les ayude a olvidar la monotonía que se vive en las grandes ciudades, una de estas actividades es la observación de aves que puede ser realizado en Mindo, destino que cuenta con un clima ideal que favorece a la concentración de especies de aves. Sin embargo esta actividad no es conocida en gran magnitud a nivel nacional e internacional. Por esta razón se realiza un estudio del Aviturismo como estrategia de posicionamiento turístico de la parroquia de Mindo debido a la gran diversidad de especies que alberga. A través de una investigación directa desde el punto de vista de los turistas que visitan la parroquia y los operadores turísticos, se determina el nivel de predisposición en realizar esta actividad y la falta de publicidad que existe para ser posicionada como primordial en sus visitas, para ello se plantea como propuesta dos unidades de promoción tanto para el turista nacional como extranjero con el fin de promover el desarrollo turístico de la parroquia.

PALABRAS CLAVE:

- **AVITURISMO**
- **POSICIONAMIENTO TURÍSTICO**
- **AVITURISTA**
- **AVITOUR**
- **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

ABSTRACT

Birdwatching Aviturismo is an activity that has manifested itself in Ecuador for 30 years, nowadays tourists tend to look for destinations that offer relaxation and leisure that allow them an integrated interaction with nature, with the purpose of finding moments of stillness and unique experiences to help you forget the monotony that is lived in the big cities, one of these activities is the birding that can be realized in Mindo, destination that counts on an ideal climate that favors the concentration of bird species. However, this activity is not widely known at national and international level. For this reason, is carried out a study of Aviturismo as strategy of tourist positioning of the parish of Mindo due to the great diversity of species that it hosts. Through direct research from the point of view of the tourists who visit the parish and the tour operators, the level of predisposition in carrying out this activity and the lack of publicity that exists to be positioned as a priority in their visits are determined. It is proposed as a proposal two promotion units for both national and foreign tourists in order to promote the tourist development of the parish.

KEYWORDS:

- **BIRDWATCHING**
- **TOURIST POSITIONING**
- **BIRDWATCHER**
- **BIRD GUIDE**
- **PROMOTION STRATEGY**

INTRODUCCIÓN

Importancia de la investigación

Mindo es considerado como un destino turístico preferido para relajación, el cual oferta un sin número de actividades al igual que cuenta con un bosque nublado que permite la interacción con la naturaleza. Sin embargo, quienes visitan este lugar son atraídos por actividades alternas de ocio como son canopy, tubing, caminatas, entre otras, brindando al turista emociones y aventura al realizarlas. Además, esta parroquia cuenta con una gran cantidad de especies de aves, por tanto es reconocida internacionalmente como una de las áreas más importantes en conservación de aves (IBA).

Sin embargo, su riqueza natural no ha sido expuesta lo suficiente para que Mindo sea un lugar posicionado turísticamente a nivel nacional e internacional por medio del Aviturismo que se oferta. Por tal motivo, la presente investigación pretende determinar la factibilidad de realizar Aviturismo en este lugar y que genere tanto interés como reconocimiento de la parroquia para realizar esta actividad. Se efectúa una evaluación sobre los atractivos y actividades que más atraen al turista que visita el lugar con el propósito de comprender sus preferencias y expectativas.

El tema a realizarse se muestra viable ya que se hará uso de una teoría esencial para su desarrollo, el posicionamiento permitirá ayudar de manera directa al reconocimiento de la parroquia de Mindo de forma turística a través de la observación de Aves.

Objetivo General

Determinar la viabilidad del Aviturismo como eje central en el posicionamiento de la parroquia de Mindo a través de un estudio teórico y empírico para definir estrategias que promuevan el desarrollo turístico de la parroquia.

Objetivos específicos

- Identificar los beneficios de realizar Aviturismo en la Parroquia de Mindo.
- Determinar la predisposición de visita que manifiesten los turistas para realizar la actividad del Aviturismo.
- Definir el perfil del turista dispuesto a realizar Aviturismo como una alternativa principal al visitar Mindo.
- Establecer unidades de promoción que permita la difusión total del Aviturismo como actividad primordial en las visitas a Mindo.

Implicaciones teóricas y prácticas del estudio

Todo el contenido de este proyecto se sustenta principalmente en el posicionamiento, la única teoría que brindará los fundamentos necesarios para tener claro cuál es el proceso que se debe seguir para crear una imagen de un lugar ideal del Ecuador para observar aves en la mente del turista nacional y extranjero. Hoy en día existen varios lugares en donde se puede realizar esta actividad turística, pero según los estudios referidos al posicionamiento y las fortalezas que tiene la parroquia de Mindo, el mensaje que se desea transmitir como objetivo al turista es que no hay otra parte del Ecuador donde habiten tantas aves, con su diversidad de clima y cálida compañía de sus comuneros.

Estudios de posicionamiento sugieren que es más viable llegar a posicionar un producto que ya se conoce a uno que empieza a salir al mercado. Tomando este concepto se desea realizar la investigación en Mindo, ya que cuenta con una gran biodiversidad y aunque es conocido por su belleza natural todavía hay desconocimiento de la dimensión de belleza personificada en las aves y no es un lugar netamente posicionado en la mente del visitante o turista para realizar Aviturismo.

Considerando lo mencionado y el objetivo de la investigación que implica demostrar que el Aviturismo es influencia en el posicionamiento turístico de un sitio, la parroquia de Mindo presenta factores que apuntan a que es el lugar propicio para realizar el tema de investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Teorías de soporte

1.1.1 Posicionamiento

Para el presente proyecto de investigación sobre el Aviturismo se considera una teoría que permita realizar su estudio, de forma que se analice el posicionamiento de la parroquia de Mindo y así llevar el bien común turístico. La teoría del posicionamiento expone que los clientes definen como estará ubicada la imagen del producto en la mente de cada uno de ellos de acuerdo a los atributos que posea este. Por el contrario, se trata de conquistar la mente de los consumidores con un producto de una manera clara y distinta en relación a la competencia. (Philip & Gary, 2007).

La teoría del posicionamiento servirá de sustento para el tema planteado y para que se desarrolle a cabalidad con respecto a cómo posicionar la parroquia de Mindo a través del Aviturismo como una actividad de reconocimiento para los turistas que gustan de la naturaleza. El posicionamiento no es lo que se realiza con un producto, es lo que se construye en cada una de las mentes de los consumidores, es posible modificar la percepción, recordación, reconocimiento y persuasión de los turistas con relación al producto que brinda el destino. El posicionamiento hace que las empresas estén dispuestas a ofrecer a sus clientes un valor distinto en cada uno de sus productos para que sobresalgan ante todos sus competidores. (Conde, Covarrubias, & Carreón, 2010).

Para elaborar una estrategia que ayude al posicionamiento de un producto turístico, es necesario empezar a estudiar el análisis situacional del mismo y de la parroquia, esto hará que desemboque el estudio en un diagnóstico, seguido de una investigación amplia del mercado pudiendo así reconocer el segmento y el comportamiento de los turistas para tener conocimiento de cuál es la motivación para escoger un lugar para observar aves. Seguido se tomarán los resultados y se definirá el direccionamiento estratégico, por lo que esto ayudará a dar las pautas y herramientas que se necesita para alcanzar el posicionamiento deseado (Segura, 2014).

La metodología del posicionamiento según Jean Lambin (2004) citado en Gallegos, (2012) acoplado al tema planteado se resume en cuatro puntos: el primer paso es identificar el mayor valor que tenga el producto turístico; segundo es el de conocer la posición de los competidores en función a este valor como por ejemplo otros destinos en donde se pueda realizar la actividad del Aviturismo; tercero decidir cuál será la estrategia en función al comportamiento e intereses de los turistas; y cómo último punto, es comunicar el posicionamiento al mercado turístico. Se toma en cuenta también que el posicionamiento exige que todos los aspectos del producto turístico pueden ser intangibles y que lo importante es conocer cómo fortalecer la posición actual de la mente del turista, y tratar de apoderarse del espacio desocupado para ubicar el producto.

El posicionamiento está enfocado en definir el mercado objetivo, así como establecer estrategias y objetivos para ubicar el producto en la mente del consumidor, es decir, crear la imagen exacta del producto en la mente de los posibles visitantes a la parroquia de Mindo, de la manera en que las experiencias sean únicas y diferentes. Sin tomar importar de lo que se venda, el posicionamiento es transcendental ya que es el apoyo básico para crear una imagen: anuncios, publicidad, promociones, entre otros. Si el producto se posiciona en los aspectos antes mencionados se logrará un efecto multiplicativo (Stanton, 1999).

El Posicionamiento da un lugar especial de un producto en la mente de los consumidores en concordancia de otros productos de la competencia. (Gallegos, 2012). Las estrategias de posicionamiento dentro del turismo determinan que: se puede posicionar una actividad turística de acuerdo a los atributos específicos en base a las clases de usuarios. Además, los productos pueden ser enfrentados o separados de otros para su posicionamiento. Por lo tanto, para ganar el posicionamiento de la parroquia de Mindo se cumplirán tres pasos: identificar cuáles son las ventajas de competencia ideales para una posición seleccionada en el mercado.

El entorno sobre el cual gira un proceso de posicionamiento tiene como finalidad gestar una perspectiva interesante del turismo ecológico relacionado con la observación de aves en participación de la mente del consumidor. Enfocándose ahora

en el posicionamiento dentro del turismo, se puede mencionar que la posición de un destino o producto turístico está relacionado con la apreciación que los turistas tienen con respecto a las características que diferencian del mismo, así como es percibido por los visitantes actuales y potenciales en las experiencias. Y así un destino puede ser posicionado de diferentes maneras, tanto como es distinguido y por el nivel de prioridad que se establece dependiendo del criterio del posicionamiento que se emplea (Conde, Covarrubias, & Carreón, 2010).

El Aviturismo como estrategia de posicionamiento turístico de la parroquia de Mindo, “será la resultante de un proceso sostenible que deviene del accionar de diferentes actores del turismo, tales como: sector público, universidades, organismos privados de soporte, entre otros. Existen una clasificación de posicionamiento generalizada que es importante definir para el mercado objetivo al que se va a dirigir, para esto es necesario tener una perspectiva comercial de la actividad turística que se ofrecerá a los turistas que tengan la oportunidad de experimentar”. (Lazo, 2006, pág. 36).

Es indispensable este tipo de proceso ya que posee la suficiente elasticidad para que se acople a las diversas variables previstas e imprevistas que puedan presentarse durante el proceso de investigación. Estas pueden ser de carácter político, climático, sociológico, entre otros. Para definir una clasificación de posicionamiento que es esencial mostrar al mercado objetivo, es importante tener el punto de vista comercial de la actividad turística que se va a ofrecer a los turistas que visiten la parroquia.

El primero corresponde al posicionamiento marca base: empresa-producto que implica las diferencias adaptadas y ajustadas a las necesidades del mercado al que va dirigida la marca. El segundo, posicionamiento es de marca sector que trata de agregar valores a los productos analizando las ventajas comparativas y competitivas desde el inicio de su producción hasta su distribución en el mercado. El tercero se refiere al posicionamiento de la marca país que se refiere a ciertos productos y servicios que están ligados a un determinado lugar. (Lazo, 2006, pág. 36).

Los ejemplos de posicionamiento tratados anteriormente, en su aplicación a la parroquia de Mindo en relación al Aviturismo dan como resultado las siguientes

consideraciones: en cuanto al “posicionamiento por atributo”, supone que el lapso de existencia como destino turístico, sea valorado por los turistas. Por otro lado, en el “posicionamiento por beneficio”, entra directamente la variable del Aviturismo como una actividad turística y como un atributo diferencial que conquiste la mente del turista común que visite el Ecuador y se pueda interesar en Mindo. El “posicionamiento por uso o aplicación”, se puede aprovechar porque no existe en el país un destino que haya desarrollado esta oferta de la manera que se pretende hacer en este tratado.

Finalmente, en cuanto al “posicionamiento por competidor”, Mindo podrá mostrarse como el destino con mayor desarrollo y prestaciones para facilitar el avistamiento de la gran diversidad de aves que posee el sector. Al lograr posicionar el Aviturismo en Mindo con las características de lo mencionado anteriormente vendría, por añadidura, un “posicionamiento por categoría de productos y por la calidad o precio”, ya que el objetivo final es dominar el mercado turístico a nivel nacional e internacional en este rubro.

El entorno sobre el cual gira un proceso de posicionamiento tiene como finalidad gestar una posición expectante del Aviturismo en la participación de la mente del consumidor, previo a la elección de la actividad a ser desarrollada. No obstante, se realiza un análisis de las cuatro categorías del posicionamiento, las mismas que permitirán determinar una estrategia para el reconocimiento del Aviturismo en la Parroquia de Mindo y que son detalladas a continuación.

1.1.2 Niveles de Posicionamiento

1.1.2.1 Recordación

Conocido también como top of mind, hace referencia a la posición que ocupa una marca en la mente del consumidor, el cual tiende a ser medible a través de encuestas cuyos resultados son representados por medio de estadísticas que indican el porcentaje de individuos que mencionaron una marca como primer lugar ante otras posibles de su interés (Macchiavello Aldave & Padilla Laderas, 2016).

1.1.2.2 Reconocimiento

Se entiende por reconocimiento cuando el consumidor menciona el nombre de una marca y señala la presencia de la misma en la mente del individuo, el cual le atribuye un importante valor para el mismo. Este tipo de medición es descompuesta en otras que determinan el nivel de reconocimiento de una situación, cuyas mediciones son: el recuerdo entre varias opciones ¿Cuál es la más recordada?; la gravedad estadística, el nivel de recuerdo para que se hubiera reconocido tal marca; posición en la mente, la primera opción en ser recordada; el dominio de una marca, la única en ser recordada; la familiaridad de una marca, esta opción resulta familiar; y el conocimiento, noción que se tiene sobre la marca. Una de las limitaciones para el reconocimiento de una marca se da cuando es difícil adquirir el recuerdo de la misma, por ello es aconsejable determinar una relación entre el reconocimiento del nombre junto a la imagen visual del mismo (Villarejo Ramos, 2002).

1.1.2.3 Persuasión

Se trata de invitar a un individuo a ser partícipe de una situación con la explicación de lo que se mostrará o de lo que ellos podrán observar, pero antes se pide a la persona que identifique entre otras opciones que se les hará presente en ese momento y a su vez que expresen el interés relativo que tienen por las opciones que se les presento (Pope, 2002). Para manejar la actitud del consumidor respecto a una marca debe ser profundizado el mensaje, una imagen optima que produzca preferencia entre otras opciones.

1.1.2.4 Predisposición

Comprende la intención que tiene una persona por consumir o conocer una situación según la expectativa que posee de la misma. Mediante el estudio realizado en la parroquia de Mindo se podrá conocer más sobre su infraestructura y recursos naturales que servirán como un complemento al incremento de la actividad turística de este lugar por medio del Aviturismo, tomando en cuenta el perfil de turistas que visitan esta parroquia y quienes gustan de esta actividad.

No obstante, para potenciar la actividad del Aviturismo se debe analizar los factores que influyen en la comunidad respecto al turismo, conocer a los involucrados, sus motivaciones y predisposición de colaborar. Por otro lado, se determinará un estudio de mercado para determinar si existe competencia en cuanto a esta actividad ya sea directa e indirecta, además de segmentar el mercado para definir correctamente el perfil del turista y que a su vez permitirá establecer estrategias de posicionamiento del Aviturismo en Mindo.

La importancia de posicionar Mindo se basa en que la localidad tiene el potencial suficiente, a través del Aviturismo, para convertirse en una visita obligatoria para los turistas nacionales e internacionales que quieran conocer el Ecuador. Galápagos o el Centro Histórico de Quito son por ejemplo sitios identificativos de lo que puede ofrecer Ecuador al turismo. Mindo y su mega diversidad avícola podría ser definitivamente otro factor turístico de importancia que se identifique con el Ecuador y colabore con la marca país.

Como componente del posicionamiento se analiza la Teoría del Consumidor, según Méndez Morales (2004), menciona al grupo de características y relaciones que expresan de mejor manera el comportamiento de consumidor y la forma que opta para tomar decisiones a satisfacción de sus necesidades, partiendo de esta teoría uno de los primeros elementos que se pone en consideración analizar es la posibilidad de consumo donde cada persona va depender de varios factores, entre ellas se incluye gustos y preferencias, contribuciones de la publicidad, mayor o menor disponibilidad de los bienes, precios, conocimiento de otros bienes sustitutos, lo que permite a las personas resolver sus peticiones.

Se considera al consumidor como la persona con mayor ventaja al momento de consumir, por ello, quienes ofrecen productos o servicios deben saber cómo llegar al cliente, ganarse su confianza mediante el compromiso de brindar calidad, flexibilidad en precios, introducir tecnologías innovadoras e aumentar la rentabilidad de los clientes que son totalmente fijos (Organización Mundial de Turismo, 2009).

Para analizar las preferencias del consumidor se tomará como punto de partida y como agregado la pirámide de Maslow donde podemos visualizar en la gráfica que en el tercer grado de importancia se encuentran las “Necesidades Sociales” donde

este producto se posicionará de manera adecuada. Estas necesidades hacen que el consumidor requiera este producto con el fin de pertenecer a un grupo en general; familia, amigos, entre otros. Las necesidades sociales se encuentran reconocidas y por ende las personas buscan satisfacerlas asociándolas a la actuación de actividades de recreación, buscando alternativas de ocio que permitan ofrecer nuevas experiencias al consumidor.

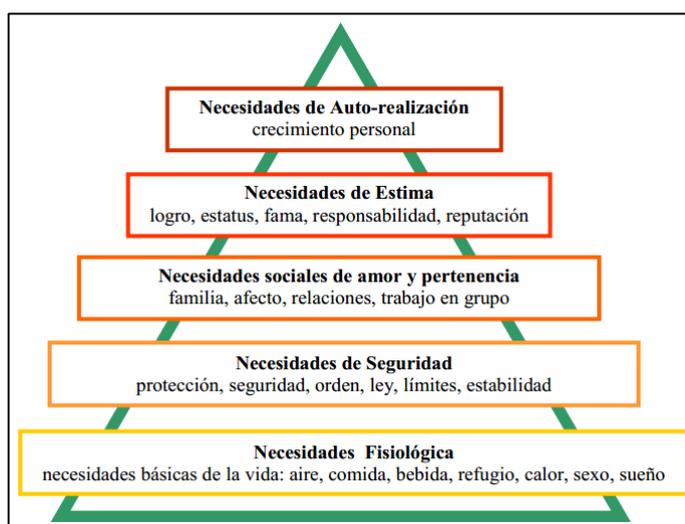


Figura 1. Pirámide de Maslow: Reconocimiento de la necesidad

Fuente: (Villao, 2013) Blog Fundamentos de la Economía.

1.2 Marco Referencial

El presente tema de investigación busca mostrar la importancia de áreas naturales para el desarrollo de la práctica del Aviturismo, además de que esta actividad ayudará como medio estratégico para que la parroquia de Mindo sea posicionado dentro del campo turístico.

1.2.1 Tipologías del turismo

El estudio de Turismo implica una amplia gama de temas: como la definición de Turismo y los beneficios que genera en los diversos espacios sociales. “El turismo está comprendido por cada una de las actividades que realizan las personas cuando emprenden un viaje, además de su estancia en sitios distintos al que permanecen habitualmente dado por un tiempo no mayor a un año, con fines de ocio u otras actividades” (Sancho, 1994).

Es necesario dentro de este marco indicar algunas conceptualizaciones del Turismo en el cual se encuentra sus tipos y sus características. Los tipos de turismo son establecidos de acuerdo a las motivaciones que requiere el mercado turístico, y cada uno se determina por las diferentes particularidades, actividades y motivaciones en donde los turistas quieran participar. Los tipos de turismo según (Quesada Castro, 2010) son los siguientes: Turismo Cultural; Turismo Deportivo; Turismo de placer o de recreo; Turismo de Salud; Turismo de Negocios; Turismo Naturalista; Turismo Sostenible; Otros tipos: Turismo de Aventura, Turismo Alternativo y Turismo Libertino.

Esquema de la clasificación según los tipos de Turismo

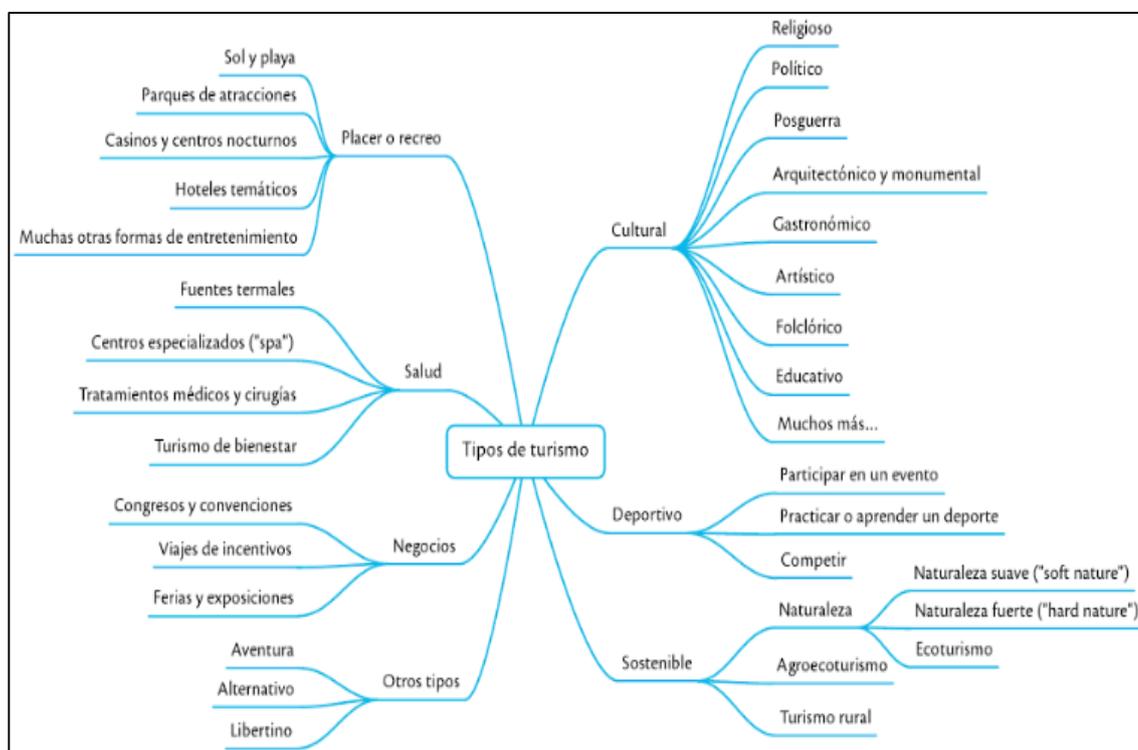


Figura 2. Esquema de la clasificación según los tipos de Turismo

Fuente: (Quesada Castro, 2010) Elementos de Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San José.

1.2.1.1 Turismo Naturalista

Las personas que se sienten interesadas o motivadas por realizar este tipo de turismo son aquellas que desean estudiar, conocer y disfrutar un recurso natural, sea uno o varios ubicados en un mismo destino. De acuerdo al grado de interés y de

acoplamiento con este recurso, se define el nivel de especialización que puede alcanzar esta modalidad, dando como resultado dos sub divisiones del turismo de naturaleza; turismo de naturaleza suave y turismo de naturaleza fuerte (Quesada Castro, 2010).

- **Turismo de Naturaleza Fuerte**

O también denominada Hard Nature, es el turismo en el cuál los turistas se sienten motivados a viajar para interactuar con diferentes ecosistemas en donde pueden observar distintas especies de animales y de plantas. Los observadores de aves son un ejemplo de este segmento. Antes a quienes realizaban estas actividades, como estudiantes, profesores e investigadores se les integraba al turismo científico por sus diferentes disciplinas, ya que se alojaban por mucho tiempo para realizar estudios a fines de especialización (Quesada Castro, 2010).

- **Ecoturismo**

Es el tipo de turismo que tiene como base la responsabilidad, promoviendo así la conservación ambiental y cultural de los destinos, ayuda a las comunidades locales a mejorar los aspectos sociales y económicos. Cada actividad que se realice dentro de los destinos pone en contacto directo al cliente con la naturaleza y motiva su convivencia con la cultura de la localidad. (CANAECO, 2016).

La Sociedad Internacional de Turismo (2016) define el ecoturismo como el recorrido que se realiza a los atractivos naturales con el fin de conservar y mejorar el ambiente y la calidad de vida de las personas de la comunidad. Entre el Turismo Naturalista y el Ecoturismo si existe una diferencia que encamina y aclara mucho más el propósito del tema. En este caso, Mindo es considerado un área céntrica para la práctica de esta actividad, sin embargo, los observadores de aves se les asocian al concepto de Ecoturismo porque consideramos que no solo se mantiene en buen estado los atractivos naturales, sino que se trata de contribuir e impulsar a su conservación y la sostenibilidad de la localidad.

Aviturismo

El Aviturismo es entendido como la observación e identificación de las aves, mientras se disfruta el contacto con la naturaleza, cuya actividad se lo realiza de

forma amigable y consciente del cuidado del hábitat donde se encuentran especies de aves y que su ecosistema este totalmente protegido, además de los servicios ambientales como los recursos naturales que son el agua y oxígeno (Mindo Cloud Forest, 2006, pág. 4).

Según Mindo Cloud Forest (2006), el Aviturismo ha logrado convertirse en un gran potencial y con mayor acogida respecto al turismo de naturaleza fuerte, cuya actividad es practicado por algunos países de Norteamérica como Estados Unidos, Canadá, países de Europa, Asia y Sudáfrica. Actualmente, Ecuador es considerado como el cuarto país más rico en aves del mundo, cuenta con más de 1600 especies de aves. Ecuador es reconocido internacionalmente como destino aviturístico y que está dentro de las grandes compañías de bird tours, sin embargo, las cifras indican que le falta explotar su potencial aún más para receptor mayor cantidad de Aviturismo.

Aviturista y Avitour

El Aviturismo se ha convertido en el componente idóneo para aquellos observadores de aves (birdwatchers) que realizan tal actividad con profesionalismo y entusiasmo. Se ha propagado el Aviturismo a tal magnitud que cada vez más se crean empresas que ofrecen viajes seguros y apropiados para cubrir esta demanda, además de que la mayoría de los países que son considerados receptivos de Aviturismo son visitados por aficionados. Este tipo de actividades ha llegado a ser competitivo que cada compañía pone todos sus esfuerzos por ofrecer itinerarios atractivos, guías expertos y la certera promesa de un viaje exitoso. Las compañías con mayor experiencia en el negocio ofrecen a los guías con mayor conocimiento y prestigio en la actividad, además de una lista imponente de aves observadas, ya que después de cada tour estas listas son examinadas por cada experto en aves como son los ornitólogos, guías profesionales, operadores y el Aviturista aficionado (Mindo Cloud Forest, 2006, pág. 26).

Las personas que practican la actividad del Aviturismo no son parecidas, pues algunos observadores de aves son más dedicados que otros, cada uno de ellos miran al Aviturismo como un actividad con exigencias diferentes de lo cual convierten a esta en una tarea no muy fácil. Por ende, es necesario contar con la presencia de

guías especializados en aves y operadores que se dediquen al Aviturismo para comprender y aclarar las dudas de esta demanda. (Mindo Cloud Forest, 2006, pág. 30).

Observadores de Aves

En esta categoría están comprendida aquellas personas que de acuerdo a su dedicación e interés de observar aves es un importante. Esta categoría de observadores comprende a personas cuya dedicación e interés en observar aves es un aspecto importante en sus vidas y está clasificado de la siguiente manera:

- **Observadores profesionales.** Son un grupo pequeño que a su vez es influyente dentro del mercado de Aviturismo, cuyos expertos son: ornitólogos, ecólogos, guías y fotógrafos profesionales, además de otras personas que pueden promocionar sitios netamente potenciales en Aviturismo.
- **Observadores dedicados.** Es un grupo considerable de personas que la planificación de su viaje muestran mayor enfoque en la observación de aves, aun si su visita a ciertos lugares son con fines de negocio, estas personas dedican unos días para observar aves en un área aviturística reconocida, suelen contratar un avitour con compañías prestigiosas en el sector y son capaces de hacerlo de forma independiente.
- **Observador más intenso.** Sus viajes son planificados con mayor enfoque en la observación de aves y lo hacen cada vez que hay oportunidad. Puede o no mantener una lista de aves. Participa en otras actividades turísticas pero no se muestran obsesionado por la observación de especies específicas en caso de requerirse mayor esfuerzo o condiciones extremas.
- **Observador moderado.** Este segmento practica la observación de aves con ayuda de un avitour contratado por compañías reconocidas y expertos en el área pero no son un lister. Disfruta mucho de las aves y normalmente se suscribe a una de las revistas sobre las aves. Pero también goza de otros aspectos de la naturaleza y cultura de los destinos que visita.
- **Observador menos intenso.** Se interesa en observar las aves, saber algo sobre ellas y participa en la observación cuando está dentro de sus planes, pero normalmente no es la única razón que contempla para escoger un destino para

viajar. Goza de la naturaleza y la observación de las aves donde vaya, aunque desea aprender y entender más sobre el medio ambiente en general; le gusta visitar sitios que cuenten con información fotográfica sobre las aves y estilo de vida.

Distribución de aves en Ecuador

Ecuador es llamado en ocasiones “El país de las aves”, debido a que presenta la mayoría de especies que existe en Norte América y corresponde a la sexta parte de todas las especies existentes en todo el mundo. Además, esta gran biodiversidad se le atribuye gracias a los accidentes topográficos como es la cordillera de los Andes, corrientes marinas, lo cual permite mayor concentración de aves en el país.

De acuerdo a un estudio realizado por Navarrete (2010), las regiones geográficas donde existe mayor concentración de aves está distribuido de la siguiente manera:

- **Tierras bajas del Chocó.** Se encuentra ubicado al Oeste de Colombia y noroeste de Ecuador. Este bosque lluvioso tropical alberga aproximadamente 75 especies endémicas y 31 especies son encontradas en la parte baja del Chocó del país 44 se ubican en la zona de elevación de este bosque.
- **Estribaciones noroccidentales de los Andes (Chocó).** Corresponde a bosques montanos localizados al Oeste de Colombia y Noroccidente de Ecuador, lugar donde las aves tienden a concentrarse a los pies del monte y en altas montañas.
- **Tierras bajas Tumbesinas (Tumbesia).** Es un área que incluye las tierras bajas del sur y oeste de Ecuador y está constituido de bosque seco o matorral seco, se prolonga desde el norte de Perú hacia el oeste de Esmeraldas.
- **El pie de monte y bosques de montaña Sur-Occidentales.** Cuenta con una variedad de hábitats que son localizados en las provincias de Loja y El Oro. Algunas de estas especies localizadas en estas áreas llegan hasta los bosques temperados de la provincia del Azuay.
- **Los Altos Andes.** Estas áreas constituyen los valles interandinos, Cordilleras Orientales y Occidentales, los cuales presentan bosques Temperados y Enanos como lo es el Páramo de Pajonal.

- **Estribaciones de los Andes Orientales.** Esta área considera todo el largo del lado Este de la Cordillera de los Andes Oriental, que inicia desde el pie de Monte hasta el Bosque Montano alto.
- **Cadenas Montañosas aisladas en la Amazonía.** Son todos los bosques que se encuentran a lo largo de las cadenas montañosas de las Cordilleras Galeras, Cutucú y Cóndor.
- **Cuenca del Río Marañón.** Área restringida a los valles bañados por el Río Chinchipe y sus tributarios en la parte Sureste de la provincia de Zamora-Chinchipe.
- **Tierras bajas de la Amazonía.** Posee mayor cantidad de aves en el Este de Ecuador y Noreste de Perú, con un registro de más de 550 especies principalmente en algunos de los lodges turísticos.
- **Islas galápagos.** Este lugar es representa uno de los sitios ecoturísticos más conocidos a nivel mundial, cuyo sitio alberga 25 especies de aves, de las cuales 22 son especies terrestres y tres especies son marinas, por otro lado es es el hogar de los famosos pinzones de Darwin.

Lugares de interés para el avistamiento de aves en Ecuador

Para el Ministerio de Turismo, Ecuador posee una gran riqueza avifaunística, la cual es conocida gracias a la organización internacional Bird Life International, que declaro al país como un destino para el avistamiento de aves. Pero es un reconocimiento inigualable al de países de mayor magnitud que cuentan con gran porcentaje de aves a nivel mundial, ya que Ecuador cuenta con el mayor número de aves en relación a su extensión territorial.

Debido a las cuatro regiones naturales con las que cuenta el país, se determina tanto a las provincias andinas como Pichincha y Carchi, así como a las provincias de Napo y Orellana como los mejores lugares para la observación de aves, no solo por su gran número de especies sino por la adecuada infraestructura turística que dispone. Es así que las localidades más prácticas para esta actividad son Mindo, en la Provincia de Pichincha y Cosanga en Napo (Ecuavisa, 2014).

Por otro lado, distintas especies de aves son encontradas en cada rincón del país a excepción de lugares con altas temperaturas, por ejemplo los hábitats ideales para las aves son aquellos sitios que estén por debajo de la línea de nieve, en páramos, humedales, matorrales, pantanos, bosques de estribación, incluyendo sitios que han sido construidos por el hombre como son las aldeas, ciudades, pueblos campos agrícolas, entre otros.

Solamente el 85% de las especies de aves han sido registradas del total existente en Ecuador, de las cuales están especies residentes y se reproducen dentro del país, el resto son migratorias o pasajeras en su traslado hacia otro lugar (Granizo, 2002).

Demanda de Aviturismo en Ecuador

El Aviturismo comenzó en Ecuador de manera pausada y esporádica hace unos 30 años y de manera más activa desde hace 20 años, con un significativo crecimiento en los últimos años y en los 90's empezó a venderse el Aviturismo por parte de agencias especializadas como Neblina Forest, Tropical Birding con oficinas en Ecuador, USA y África quienes ofertan rutas de Aviturismo en nuestro país (Ministerio de turismo, 2006, pág. 5).

Mindo

Mindo a través del Bosque Protector Mindo-Nambillo, constituye una tercera parte de la totalidad de especies de aves del Ecuador, lo cual ha sido un componente importante para ser considerada como un destino para observación de aves y que además a partir del año 1997 la organización internacional Bird Life International declaró a este lugar como la primera Important Bird Area (IBA) Neotropical. (Ministerio de Turismo, s/f).

En Mindo se han reportado más de 450 especies, un número considerable que convierten al lugar como la posible segunda en importancia para la Conservación en los Andes Occidentales del país después de la Reserva Cotacachi – Cayapas. Además. Este lugar se muestra como el ideal para realizar un encuentro científico turístico. (Ministerio de Turismo, s/f).

Aspectos físicos de Mindo

Mindo, fue declarada como parroquia el 20 de mayo de 1861, por el entonces Presidente de la República Gabriel García Moreno, es una de las parroquias más antiguas del Noroccidente de Pichincha y la única del Cantón San Miguel de los Bancos (Durán, 2017).

Ubicación

Mindo se encuentra ubicada a 70 Km al Noroccidente de Quito, situado en un gran valle subtropical, está a 17 km. del cráter Guagua Pichincha. Su acceso se da por la vía a la Costa, Calacalí - La Independencia; esta parroquia se encuentra en la zona de influencia del Bosque Protector Mindo- Nambillo, formando parte de las Áreas Protegidas del Ecuador y que a su vez conforma una extensión de una extensión de 19.200 hectáreas, su rango latitudinal va desde los 1.180 y 4.780mts (Durán, 2017). Geográficamente el sector de Mindo está localizado en las siguientes coordenadas:

Latitud Sur: 9°994.159,16m

Latitud Oeste: 747635,98m

Elevación: 1250 m.s.n.m.

Límites

Norte: Parroquias Gualea y Nanegalito del DMQ; Desde la confluencia del río Pachijal con el río Chalguhayacu grande.

Sur: Parroquia Lloa; De las nacientes del río Mindo, la línea latitudinal hacia el oeste, hasta alcanzar los orígenes de la quebrada Nambillo chico.

Este: Parroquia Nono del Distrito Metropolitano de Quito; desde los orígenes del río Tandayapa, la línea imaginaria a las nacientes de la quebrada Herrerías

Oeste: Parroquia SMB; Siguiendo el curso del río Saloya, aguas abajo que luego toma el nombre de río Blanco desde la desembocadura del río del río Cinto hasta la confluencia del río Mindo.

Clima

Mindo cuenta con un clima cálido húmedo registrándose una humedad media atmosférica de 91% a 94% con temperaturas que varían desde una mínima de 16°C hasta una temperatura máxima de 26.8°C

Flora

Se consideran que entre 10 y 12 mil especies de plantas habitan los bosques noroccidentales de las cuales el 25% serían endémicas, 21 de estas especies de plantas endémicas del Ecuador se han registrado en Mindo.

La vegetación exuberante del bosque incluye desde rastreras y herbáceas hasta árboles que superan los 25 metros de altura. Existen especies como: begonias, anturios, Pambil, Ungurahua, Palmito, Cade, Chonta, Palma Real; entre las especies maderables se cuentan el Teme, Aguacatillo, Cedro, Caracha coco, Malva. Ornamentales como la Tibauchina lepidota, Meriania máxima, Micconia, Scheelea butyracea. Emergentes del dosel: Ceiba pentrandia, Sapium laurifolium, Alchornea leptygonia, Otoba gordoniiifolia. Adheridos a estas se observan una infinidad de musgos, epífita, parásita, bromelias, orquídeas, lianas y bejucos (Durán, 2017).

Fauna

Entre las especies que mayor cantidad existen en la parroquia de Mindo son:

Aves. La cantidad y diversidad de aves se debe a que incluye dos áreas endémicas para aves en el Ecuador: La bio-región del Chocó (de 0 a los 1200msnm) y la región de los andes occidentales (de 500 a 3000msnm), mismas que son consideradas críticas, es decir son taxones únicos (Durán, 2017).

Se han registrado un total de 526 especies de aves, pertenecientes a 51 familias, las más representativas son Tyrannidae con 73 especies, Thraupidae con 71 especies y la Trochilidae con 56 especies (Durán, 2017).

Mamíferos. Se estima un número de especies de 324, dentro de 42 familias y 13 ordenes; este número puede aumentar debido a nuevos estudios en zonas de difícil acceso y poco exploradas (Durán, 2017).

Tabla 1.

Oferta de Aviturismo en Mindo

NOMBRE	DIRECCIÓN Y SERVICIOS	PROPIETARIO	OBSERVACIONES
RESERVAS PARA CAMINATAS Y AVISTAMIENTO DE AVES			
Reserva Río Bravo	Está situado a 9 Km. Del pueblo vía a las cascadas, alberga 3 cascadas la Roca, la esperanza y la Niña. Rodeada de bosque primario.	Se necesita reservación para ingresar	Es un buen lugar para avistamiento de aves.
Centro de Educación Ambiental	Vía Mindo Garden a 4 km. Del pueblo, Senderos para caminar, Educación e Interpretación Ambiental, área de camping, sitio especial para birdwatching.	Corporación Ecológica “Amigos de la Naturaleza de Mindo”	Baja afluencia de turistas nacionales, solo visitan el lugar turistas extranjeros interesados en apreciar la naturaleza o grupos de estudiantes.
Mindo Lindo	En la Vía a Los Bancos 1/2 kilómetro más del ingreso de la Y de Mindo. Senderos para caminar, observación de colibríes en bebederos.	Fundación Puntos Verdes Sr. Pedro Peñafiel representante legal.	Sito visitado por grupos de extranjeros interesados en observación aves. Se realiza charlas educativas sobre manejo de residuos y recursos naturales.
Sachatamia Lodge	En la vía a Los Bancos antes de la Y de Mindo, sendero para caminar, observación de colibríes en bebederos y otras aves, especialmente el pájaro paraguas.	Sr. Ramiro Salazar propietario	Sitio especial para Bird Watching, servicio de alojamiento y restaurante permanente. Se brinda servicio de uso de instalaciones para turistas externos.
Séptimo Paraíso	A 1 km. De la Y de Mindo ingresando al pueblo, Senderos para caminar, tours guiados para observación de aves, alojamiento alimentación.	Sra. Ana Lucia Goetschel	Sitio especial para birdwatching, servicio de alojamiento, alimentación, piscina para turistas que son y no huéspedes.

Continua 

Mindo Loma	En la vía a Quito-Los Bancos, Sendero para caminar, tours guiados para observación de aves.	Sr. Herrera propietario	Sitio especial para Bird Watching, alojamiento alimentación solo con reservación.
Leck del Gallo de Peña Sector Primero de Mayo	Sendero para caminar en dirección al leck del Gallo de la Peña, observación de aves.	Sr. Rolando García propietario 0980899882	Sitio exclusivo para observación del Gallo de la Peña.
Leck del Gallo de Peña Sector el Cinto	Sendero para caminar en dirección al leck	Sr. Amable Bustamante propietario	Sitio exclusivo para observación del gallo de la Peña
Leck del Gallo de Peña sector Nambillo	Sendero para caminar en dirección al leck		Sitio exclusivo para observación del gallo de peña.
Observación de aves finca sector Rio Cinto	Senderos para caminar y área para camping	Sra. Amelia Torres propietaria	Observación de aves, organización de tours solo con reservación.
Observación de aves en senderos, caminos, carreteros públicos	Áreas públicas para caminar y observar vegetación en general en el sector de Nambillo Alto y Bajo, El Bravo, camino a las mariposas, Cunuco, Cinto, Saloya, “Y” de Mindo, centro poblado, riveras de ríos Mindo, Cinto, Nambillo, parque central, alrededores del centro poblado.	Guías naturalistas de Mindo, espacio abierto al público.	Estos espacios son públicos los turistas no tienen que pagar ingreso solo el servicio de guía si lo requieren, hay visitantes aficionados a la observación de aves que realizan esta actividad de forma independiente.
Mariposas Nataly	Calle 9 de Octubre a 70 mts. Del parque está el Jardín para observación de orquídeas, Mariposas y colibríes en bebederos.	Natalia Duran propietaria	Pequeño jardín para avistamiento en el centro de la ciudad.

Continua 

Mariposas Mindo	A 3 km, del pueblo vía a Mindo Garden se encuentra el Jardín de mariposas y observación de aves.	Sra. Rosa de la Torre Gerente propietaria	Invernadero con una amplia exhibición de mariposas, servicio de alojamiento en cabañas, alimentación.
Jardín el Descanso	A 70 mts de la vía principal, calle los colibríes y Lluvia de Oro.	Sr. Rodny Zanipattiny Gerente Propietario	Existen alrededor de 14 especies de colibríes, en el centro poblado.
Jardín de orquídeas Cabañas Armonía	Tras el estadio a dos cuadras de la calle Quito está el Jardín, cuenta con tours guiados para observación de las mismas y de colibríes en bebederos.	Sr. Hugolino Oñate propietario	Jardín con una exhibición amplia de orquídeas, servicio de alojamiento en cabañas.

Fuente: (Durán, 2017)

2.3 Marco conceptual

Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (2016, pág. 1) el turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades. Es el conjunto de integraciones humanas como: transporte, hospedaje, diversión, enseñanza derivada de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

Ecoturismo

- Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local (Ministerio de Turismo, 2011).

- Implica un viaje ambientalmente responsable, a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, como para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento para convencer tanto a los visitantes como a los lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos (ECOTUR, 2014).

Aviturismo

- Es la observación, detección e identificación de aves, mientras se disfruta del entorno natural de una localidad específica. El Aviturismo permite la interacción con la naturaleza de una forma armoniosa, ya que para su práctica se debe mantener los diferentes ecosistemas conservados. Ecuador cuenta con una gran variedad de aves ocupando el tercer lugar en el mundo con 1.616 especies por kilómetro cuadrado. (Ministerio de Turismo, 2011).
- El Aviturismo forma parte del Ecoturismo, y la base de esta actividad es que se vive viajando con el fin de observar aves, el Orniturismo que se refiere a lo mismo trae consigo algunos beneficios tanto naturales, culturales, y económicos para la localidad. Se menciona de esta manera porque ayuda a la conservación de aves, promociona el destino, permite que el lugar sea visitado varias veces, dinamizando así los negocios relacionados con esta actividad involucrando a las comunidades cercanas (Montañez & Landívar, 2003).
- El Aviturismo puede convertirse en un instrumento que genere ingresos económicos, beneficios ambientales y que fomente el desarrollo sostenible siempre y cuando sea una actividad que este manejada y planificada de una manera efectiva. La relación entre turismo y conservación crean las condiciones necesarias para generar conciencia de que las aves y la naturaleza son importantes recursos y actividades que podrían actuar como generadores de mejoramiento en la calidad de vida de las poblaciones locales (Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo Sostenible del Aviturismo en Ecuador, 2016).

Aviturista

“Los observadores de aves existentes son numerosos y organizados de los Estados Unidos, Canadá y Europa. En este grupo están incluidos los fanáticos listers cuyo afán es el marcar el mayor número de aves observadas en la lista completa de aves del mundo”. Por otro lado, existen otros grupos variados de personas expertos en esta actividad clasificados en: genuinos observadores de aves; los intensos, que no les importa pasar horas agotadoras para encontrar a la especie deseada; y los moderados que su único fin es el conocer de forma detenida a cada una de las especies; los más relajados están interesados en observar máximo treinta especies y disfrutar con calma a unos cuantos de estos seres, los amantes de la naturaleza, quienes consideran que la observación de aves es un vínculo con el entorno natural; y por ultimo están dos grupos los cuales se muestran interesados por otro tipos de turismo pero consideran a la observación de aves como una experiencia conjunta a otras actividades (Ministerio de turismo, 2006, pág. 27).

Desarrollo turístico

- “Es un mecanismo fundamental para aseverar la identidad de un destino permitiendo que se convierta para los consumidores en alguna referencia cualitativa, involucra la conservación de los recursos como base del producto junto con procesos que minimicen los posibles impactos” (Ávila & Barrado , 2005).
- “Es el abastecimiento y mejoramiento de la infraestructura turística y servicios aptos considerados como centros socio-productivos para la satisfacción del turista, generando así empleo e ingresos económicos” (Varisco, 2008).

Área Protegida

- “Es un conjunto de escenarios naturales, considerados como ecosistemas representantes de importantes regiones, en las cuales especies de animales y plantas, el hábitat y los elementos geomorfológicos, revisten especial importancia científica, educativa, recreativa y turística” (EcuRed, 2016).
- “Es un lugar visitado por un interés científico, destacado por sus diversas riquezas naturales, tanto flora como fauna autóctona. Es un área conservada y protegida

con el fin de ocio, educación, e investigación científica para el disfrute de futuras generaciones de acuerdo a los requerimientos de seguridad nacional” (Carpio & Sánchez, 2013).

Posicionamiento

- Se trata de cómo se ubica el producto en la mente de los clientes. El enfoque de posicionamiento no es crear algún producto nuevo y diferente, sino de la manera de manipular lo que se encuentra en la mente, de vincular una y otra vez las conexiones que existen ahora (Peña, 2002).
- “El posicionamiento es un proceso de penetración que empieza con un servicio, producto, empresa hasta una persona en la mente del cliente potencial” (Meahs Team System, 2014).

Estrategia

- “Se caracteriza por tener múltiples opciones, múltiples caminos y múltiples resultados, es más complejo su diseño y son más difíciles de implementar que otras soluciones lineales” (Davies, 2000 como se citó en Contreras, 2013).
- “La estrategia dentro del posicionamiento es un proceso que tiene como objetivo llevar un producto, una marca o empresa a la imagen que deseamos desde su imagen en la actualidad” (Moraño, 2010).
- “Es un conjunto de decisiones que se agrupan de coordinada y están vinculadas con los objetivos de desarrollo con las actividades esenciales para cumplirlo. Además, son un medio con el cual se logra desempeñar las recomendaciones que se integran en un plan e incluye un plan de acción” (Carpio & Sánchez, 2013).

Parroquia

- Es un territorio muy pequeño dentro de la división política del país, existen dos tipos de parroquias urbanas y rurales. Las parroquias urbanas son las que forman parte de las ciudades y rurales son las que se encuentran en el campo. Por otro lado la parroquia rural cada parroquia tiene varios recintos o anejos, los mismos que son pequeños poblados que están dentro del territorio que forma parte de la parroquia (Alcívar, 2010).

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de Investigación

El proyecto se guía en un enfoque mixto es decir, cualitativo y cuantitativo puesto que es una investigación de campo con una serie de herramientas que detallan la percepción de los turistas y prestadores de servicio de la parroquia de Mindo. El enfoque cualitativo posee una serie de criterios valorados por profesionales con relación al lugar de estudio, además que se utilizará otros instrumentos de recolección de datos, como por ejemplo; el respectivo cálculo de la muestra y una elaboración de encuesta (Cobre, Covarrubías, & Carrión, 2010). Siendo así se analizará el perfil del consumidor y sus gustos acerca de las actividades ecológicas entre ellas el Aviturismo. Por otro lado se aplicará un estudio de manera cuantitativa porque se realizarán encuestas para conocer y apreciar los distintos indicadores sobre el destino, a la vez se analizará los aspectos positivos y negativos que conllevan el posicionamiento.

2.2 Tipología de investigación

La tipología que se utilizará es de acuerdo al enfoque sistémico dentro del proyecto.

2.2.1 Por su finalidad Aplicada

El proyecto por su finalidad es aplicada, ya que se partirá de la teoría del posicionamiento para realizar el ejercicio empírico el cual demuestre que las variables tomadas en referencia por los autores Philip Kloter y Gary Armstrong, son aquellas que nos permitirá realizar el estudio.

2.2.2 Por las fuentes de información

Las fuentes de información serán obtenidas tanto del sector público como privado, siendo la primera correspondiente al Ministerio de Turismo y al Centro de información turística de la parroquia de Mindo, para la segunda fuente se tomara en cuenta a las agencias turísticas encontradas en la parroquia donde se pretende realizar el presente caso de estudio. Por otro lado, se desea obtener información de parte de turistas extranjeros y nacionales al igual que de los guías expertos en Aviturismo.

2.2.3 Por las unidades de análisis

Se lo realizará de forma mixta, ya que toda herramienta de recolección de información se desarrollará en el lugar ya establecido para la investigación acerca del Aviturismo que en este caso es la parroquia junto fundaciones y entidades que se involucran en la investigación, los resultados que se obtendrán son para determinar la viabilidad de realizar este tipo de actividades dentro del lugar y que este pueda ser reconocido turísticamente.

2.2.4 Por el control de las variables No Experimental

Se dice que es no experimental porque se realizará el estudio por una sola vez sin necesidad de inducir las variables objeto de estudio para poder medir nuevamente el posicionamiento. No se realizará modificaciones ni variaciones en las variables correspondientes a la investigación, se analizará cada una fenómeno que se de en la investigación conforme se vaya obteniendo información.

2.2.5 Por el alcance Correlacional

Será de forma correlacional, puesto que determina la relación que existe entre las variables y su influencia del Aviturismo en el posicionamiento. Para ello, se obtendrá información detallada sobre realizar Aviturismo en la parroquia de Mindo, cuyos datos obtenidos servirán para describir cada dimensión o variable relacionado con la presente investigación.

2.3 Instrumentos

Al tratarse de una investigación con enfoque cualitativo y cuantitativo se aplicaran métodos de recolección de datos como la observación, entrevista y encuesta para su estudio con el objetivo de analizar los atributos que caracterizan el Aviturismo el mismo que ayudara en el posicionamiento de la parroquia de Mindo. Dichos instrumentos son detallados a continuación:

Encuesta

Es uno de los instrumentos para la recolección de datos que consiste en hacer un interrogatorio a un individuo con una serie de preguntas con el fin de conocer sus actitudes, conocimiento, comportamiento sobre una situación real, así como también sus características demográficas y estilos de vida. Este tipo de preguntas se lo pueden realizar de manera verbal, por escrito o por medios electrónicos (Malhotra, 2008).

1. De las siguientes opciones. Indique cuál de los atractivos que se encuentran en Mindo usted tiene conocimiento (Seleccione los lugares, siendo 4 el de mayor conocimiento y 1 el de menor conocimiento)

Bosque Protector Mindo-Nambillo

El Quetzal de Mindo (Tour de Chocolate)

Áreas naturales (ríos, cascadas, senderos)

Mariposario

2. ¿Por cuál de los siguientes medios tiene conocimiento de la parroquia de Mindo?

Familia y amigos TV y radio Internet y redes sociales

3. Indique por cuál de las siguientes opciones es motivo de visita a la parroquia:

Pasatiempo Trabajo Paseo familiar o con amigos

Festividades Estudio

4. Cuando visita Mindo. ¿Qué actividades turísticas realiza con mayor frecuencia? (Seleccione las actividades de la más importante a la menos importante, siendo 4 el de mayor importancia y 1 el de menor importancia).

Turismo cultural (Visita al parque central, monumento y locales de artesanías)

Turismo ecológico (Observación de aves, visita al mariposario y jardines de orquídeas)

Turismo deportivo y de aventura (Caminatas, visitas a cascadas, canopy, tubing y rafting)

Turismo gastronómico (Degustación de comida nacional e internacional)

5. ¿Tiene conocimiento que en Mindo se realiza Aviturismo?

Sí No

6. Si su respuesta es positiva, indique por qué medios tiene conocimiento que en Mindo se realiza Aviturismo.

TV y radio Familia y amigos Internet y redes sociales

Flayers publicitarios

7. Indique cuán interesado estaría de realizar Aviturismo en Mindo:

Muy interesado(a) regular Poco interesado(a)

Nada

8. ¿Cuál de las siguientes aves llaman más su atención?

- a) Especies migratorias
- b) Especies que poseen colores brillantes
- c) Especies fáciles de observar
- d) Especies de gran tamaño
- e) Especies con fisonomía rara
- f) Especies predatoras
- g) Ninguna

9. ¿Cuánto tiempo se quedaría en Mindo para realizar Aviturismo?

Medio día 1 a 2 días 3 a 5 días más de 5 días

10. ¿Le gustaría que su tour esté combinado con otras actividades turísticas?

Sí No

11. ¿Con cuál de las siguientes actividades le gustaría esté diseñado su tour para una observación de aves?

- a) Visita al parque central, monumento y locales de artesanías.
- b) Visita al mariposario y jardines de orquídeas.
- c) Caminatas, visita a cascadas, canopy, tubing y rafting.
- d) Degustación de comida nacional e internacional.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de aves en Mindo, siendo este un half day (medio día)?

- a) \$30 - \$40
- b) \$41 - \$50
- c) \$51 - \$60
- d) más de \$60 _____ (Especifique cuánto)

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de aves en Mindo, siendo este un full day (día completo)?

- a) \$50 - \$60
- b) \$61 - \$80
- c) \$81 - \$90
- d) más de \$100 _____ (Especifique cuánto)

Gracias por su colaboración.

Entrevista: Es una herramienta de forma no estructurada y directa para obtener información, la cual se realiza de forma individual con el fin de examinar al encuestado sus actitudes y sentimientos acerca de un tema. Este método será útil para la investigación del proyecto, ya que el fin será poder obtener amplia información

sobre la realidad que vive la parroquia de Mindo y si la viabilidad de realizar Aviturismo en ella para así alcanzar un posicionamiento turístico, dicho así, esta técnica se la realizara a personas que visitan la parroquia y a las autoridades correspondientes (Malhotra, 2008).

Entrevista
<p>Datos personales</p> <p>Nombre: _____</p> <p>Título: _____</p> <p>Fecha: _____</p> <p>Empresa: _____</p> <p>Nacionalidad: _____</p> <p>Especialización: _____</p> <p>Actividad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Tiene conocimiento de hace cuánto tiempo y como empezó la actividad de Aviturismo en Mindo? 2. ¿Cuál es la mejor temporada de avistamiento de aves? 3. ¿Qué motivos son los más comunes por los cuales los turistas visitan Mindo? 4. ¿De los turistas que hacen Aviturismo, que aves son las de mayor preferencia? 5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de hacer Aviturismo en Mindo? 6. ¿Cuántos guías de aves existen en la localidad? 7. ¿En qué lugares de Mindo existe mayor acogida de avituristas? 8. ¿De dónde provienen los avituristas que frecuentan Mindo? 9. ¿Cree usted que Mindo puede ser posicionado como el primer lugar ideal para la observación de aves a nivel nacional? 10. ¿De qué manera se ha contribuido para que la actividad de Aviturismo sea practicado por personas que aún no tienen a conocimiento de que puede ser realizado en Mindo? 11. ¿Cuál es el costo que implica realizar Aviturismo? 12. ¿Los avituristas que asisten al sitio, son personas especializadas en aves, aficionados o personas que simplemente gustan de las aves? 13. A comparación de otros sitios del país, ¿Considera usted que Mindo puede llegar a ser uno de los lugares más visitados por los turistas?

14. ¿Cómo ve a Mindo en 10 años en su desarrollo turístico a través del Aviturismo? (crecimiento económico, impactos, infraestructura)
15. ¿Mindo cuenta con alianzas fuera de la ciudad para la formación de una red aviturística?
16. ¿Puede dar alguna sugerencia o información adicional acerca del Aviturismo que se realiza en Mindo?

2.4 Cobertura de las unidades de análisis

Se ha recopilado información otorgada por el Ministerio de turismo, ya que es una entidad pública que registra mensualmente el ingreso de turistas de cada una de las poblaciones dentro del Ecuador. Se toma como dato primordial el número de turistas que visitan el cantón San Miguel de los Bancos que a su vez se dirigen a la parroquia de Mindo, siendo un total de 37.789 turistas que han visitado el lugar desde el mes de Marzo del 2016 hasta el mes de febrero del 2017. Con este dato se procedió a calcular la muestra de población finita utilizando la siguiente formula:

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

n= tamaño de la muestra

N= Población.- número de turistas

Z= Nivel de confianza.- usualmente se considera el 95% de confianza equivalente a 1,96.

q= valor que mide la probabilidad de fracaso y es igual a 1 – p.

p= valor que mide la probabilidad de éxito y es igual a 0,5

e= Limite de error permitido que varía entre 1% y 5%

$$n = \frac{37789 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (37789 - 1) + 1,96 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{36292,55}{95,43}$$

$$n = 380$$

2.5 Procedimiento para recolección y análisis de datos

De la información y resultados obtenidos por las encuestas y entrevistas realizadas a los involucrados en la investigación, se procederá a realizar un análisis de los mismos para determinar de qué manera puede ser utilizado la actividad de Aviturismo como estrategia de posicionamiento turístico, mediante dos tipos de programas que proporcionen una información resumida y completa de los datos para ser presentados posteriormente en una conclusión de los resultados obtenidos.

La tabulación de los datos consiste en el registro de las respuestas que se obtuvo por medio de los instrumentos de recolección de información. Para ello se utilizará programas como:

Statistical Product and Service Solutions (SPSS)

Se pone como opción dentro del proyecto SPSS por ser uno de los programas de tabulaciones electrónicas más utilizados en la actualidad, tiene capacidad de manejar bases de datos con millones de registros y variables, además de contar con un interfaz más fácil y efectivo para conseguir resultados de los datos recolectados.

Microsoft Excel

Otra de las opciones es este programa que ofrece Microsoft porque facilita la realización de cálculos, en este caso se realizó el tamaño de la muestra, dato que sirve para conocer el número de encuestas que se deben aplicar.

CAPÍTULO III RESULTADOS

3.1 Análisis encuestas

3.1.1 Datos generales

Tabla 2.

Nacionalidad de los turistas que visitan Mindo

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriana	267	70,3
Holandesa	20	5,3
China	14	3,7
Inglesa	13	3,4
Estadounidense	13	3,4
Alemanes	12	3,2
Suiza	10	2,6
Chilena	7	1,8
Francesa	3	0,8
Otros	21	5,5
Total	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

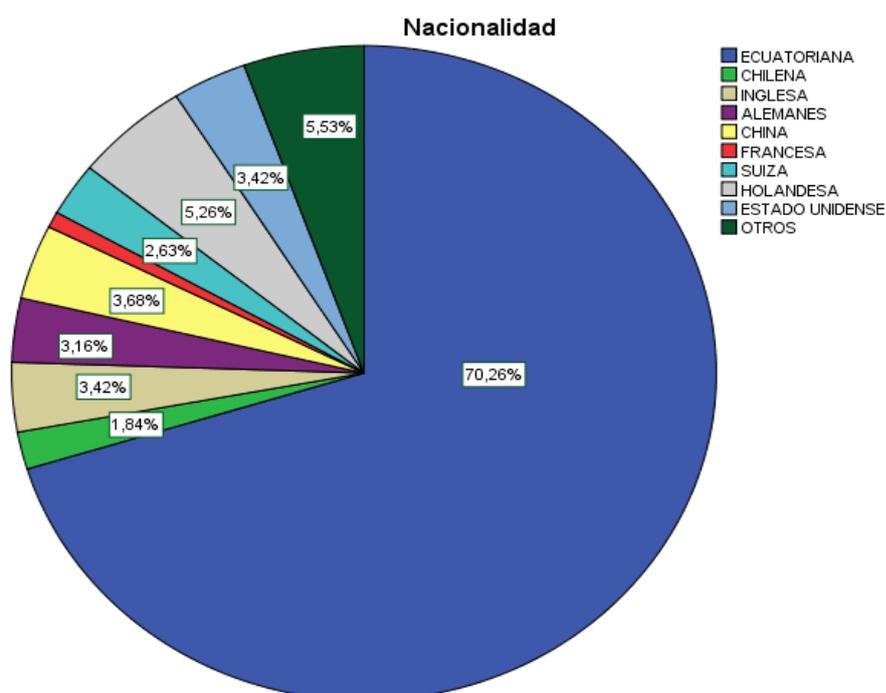


Figura 3. Nacionalidad de los turistas que visitan Mindo

Mindo es considerado por los turistas nacionales y extranjeros como un lugar turístico de interacción con la naturaleza, de los cuales se destacan a los turistas nacionales con mayor porcentaje de visita a esta parroquia correspondiente al 70% ya sea por tomarse un tiempo de descanso con su familia o en busca de emociones al practicar algo extremo como son las actividades de canopy, tubing y rafting, mientras que de los turistas extranjeros que acuden a este lugar son de procedencia Holandesa, Asiática, Inglesa y Estadounidense, siendo los visitantes que mayor acogida se presencia en Mindo, debido a su interés por convivir con la naturaleza y dejar de lado el estrés que provoca la vida en la ciudad. No obstante, existe un mínimo porcentaje de turistas que provienen de otros países como Suiza, Alemania, países de Sudamérica y Norteamérica.

En la última época se ha evidenciado mayor porcentaje de turistas holandeses al igual que turistas de procedencia china, que se han interesado por el país debido a su exposición en diferentes eventos turísticos reconocidos que se han venido promoviendo desde el 2012, por ello, les ha motivado indagar por sitios web sobre los sitios más interesantes y diversos en naturaleza, uno de ellos es Mindo. Por otro lado, están los ingleses y estadounidenses quienes en su mayoría son ornitólogos y su pasión por las aves siempre ha sido su actividad primordial tomando a Mindo como su principal opción para visitar.

Tabla 3.

Género de los turistas que visitan Mindo

Género	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	135	35,5%	59	15,5%	194	51,1
Femenino	132	34,7%	54	14,2%	186	48,9
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Género

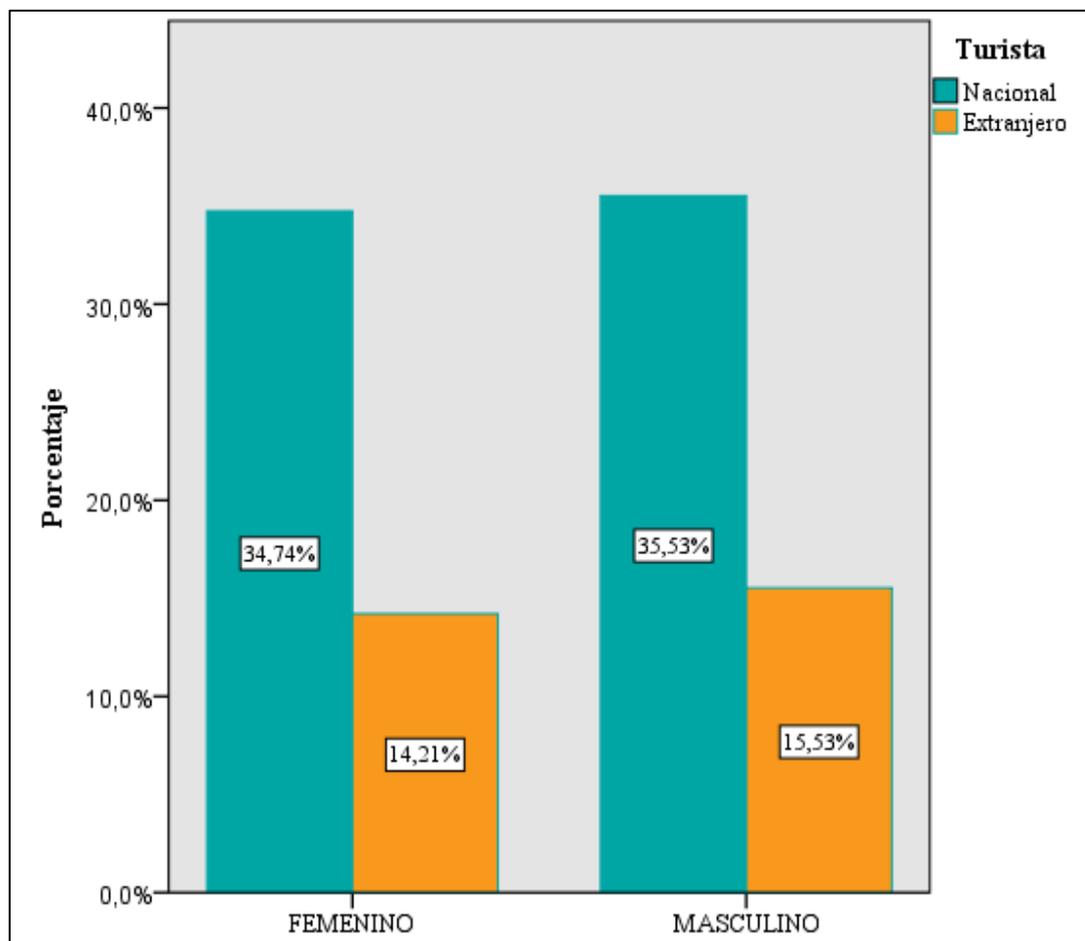


Figura 4. Género de los turistas que visitan Mindo

Como se puede observar en el presente gráfico estadístico del total de 380 turistas que visitan la parroquia de Mindo, la cantidad de personas del género masculino no difieren en gran porcentaje de las mujeres, el primero corresponde al 51,1% y el segundo al 48,9%; puesto que los turistas en su mayoría viajan en parejas o con familiares y amigos, generando equidad entre hombres y mujeres que acuden a este lugar.

Tabla 4.

Edad de los turistas

Edad	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
De 20 a 25 años	63	16,6%	14	3,7%	77	20,3%
De 26 a 30 años	39	10,3%	7	1,8%	46	12,1%
De 31 a 35 años	63	16,6%	24	6,3%	87	22,9%
De 36 a 40 años	23	6,1%	13	3,4%	36	9,5%
De 41 a 45 años	47	12,4%	24	6,3%	71	18,7%
De 46 a 50 años	15	3,9%	13	3,4%	28	7,4%
Otro	17	4,5%	18	4,7%	35	9,2%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Edad

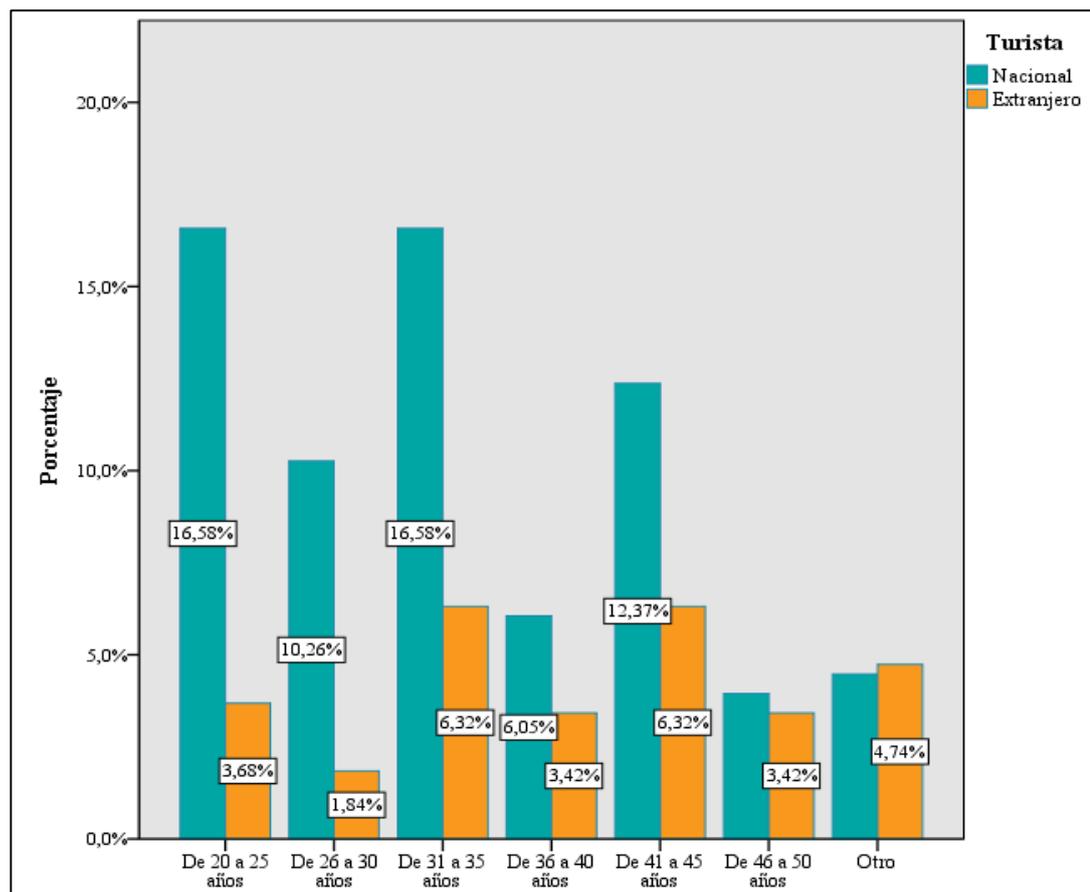


Figura 5. Edad de los turistas

De los turistas que visitan Mindo se tiene mayor presencia de personas entre adultos y adolescentes, prevaleciendo en su mayoría a las personas de 30 años en adelante, debido a que son individuos que cuentan con una profesión y su jornada de trabajo es realizado en el constante ajetreo de la ciudad y van en busca de un momento de relajación con la tranquilidad que brinda la naturaleza en compañía de familiares o amigos. Por otro lado, un grupo considerable de personas adolescentes entre 20 a 25 años de edad, acuden a este lugar por aventura y un tiempo agradable con amigos.

Tabla 5.

Ocupación de los turistas que visitan Mindo

Ocupación	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	54	14,2%	9	2,4%	63	16,6%
Docente	29	7,6%	11	2,9%	40	10,5%
Jubilado	17	4,5%	15	3,9%	32	8,4%
Agente de viaje	14	3,7%	1	0,3%	15	3,9%
Doctor	16	4,2%	10	2,6%	26	6,8%
Militar	13	3,4%	0	0,0%	13	3,4%
Ama de casa	27	7,1%	0	0,0%	27	7,1%
Administrador	35	9,2%	12	3,2%	47	12,4%
Chef	6	1,6%	4	1,1%	10	2,6%
Counter	18	4,7%	0	0,0%	18	4,7%
Chofer	12	3,2%	0	0,0%	12	3,2%
Biólogo	0	0,0%	21	5,5%	21	5,5%
Ornitólogo	0	0,0%	25	6,6%	25	6,6%
Otra	26	6,8%	5	1,3%	31	8,2%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Ocupación

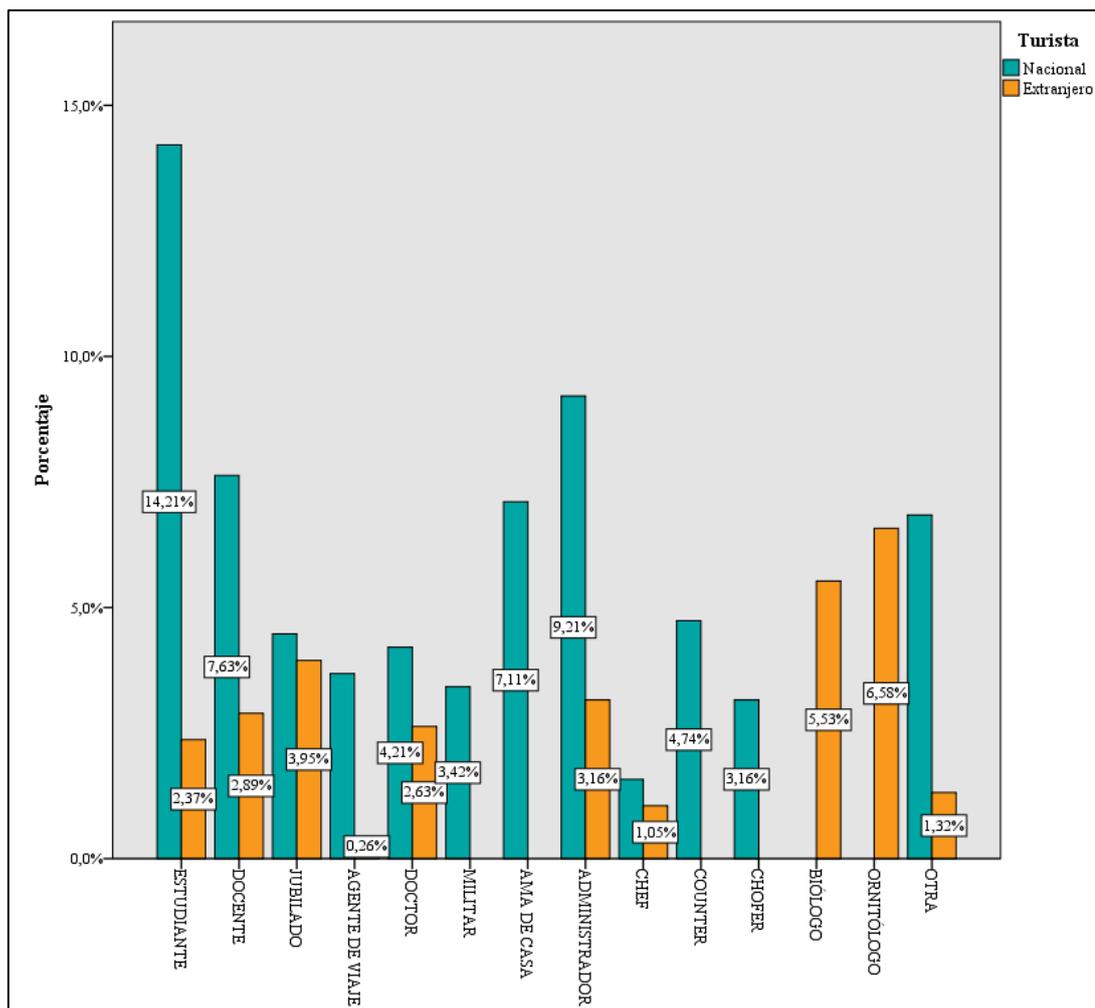


Figura 6. Ocupación de los turistas que visitan Mindo

De acuerdo a los datos obtenidos, la ocupación que más predomina de los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo, son personas con profesiones de mayor esfuerzo y de encierro en oficinas, lo cual provoca síntomas de estrés y cansancio para estos individuos y prefieren acudir a sitios de tranquilidad donde el ruido de la ciudad no sea un obstáculo para su descanso. No obstante, también está un gran porcentaje de personas que aún se encuentran realizando sus estudios pero que se toman fines de semana para buscar actividades de ocio que les brinden la mayor diversión, entre las cuales indican de preferencia al canopy, tubing y rafting como opciones de entretenimiento y emoción para su disfrute. Un pequeño grupo corresponden a personas ya jubiladas y visitan el lugar por compartir el mayor tiempo posible con familiares, aunque en algunos casos suelen viajar solos, pues aseguran que prefieren tener un momento de gracia para sí mismos.

3.1.2 Perfil de turista

Tabla 6.

Pregunta 1: ¿Qué atractivos de Mindo usted tiene mayor conocimiento?

Turista	Atractivo Niveles	Bosque Protector Mindo Nambillo		Quetzal de Mindo (Tour de chocolate)		Áreas naturales (ríos, cascadas, senderos)		Mariposario	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nacionales	Nada	80	21,1%	110	28,9%	21	5,5%	45	11,8%
	Poco conocimiento	71	18,7%	76	20,0%	37	9,7%	54	14,2%
	Regular	64	16,8%	54	14,2%	106	27,9%	72	18,9%
	Mayor conocimiento	52	13,7%	27	7,1%	103	27,1%	96	25,3%
Extranjeros	Nada	37	9,7%	37	9,7%	8	2,1%	27	7,1%
	Poco conocimiento	29	7,6%	24	6,3%	16	4,2%	21	5,5%
	Regular	17	4,5%	21	5,5%	35	9,2%	31	8,2%
	Mayor conocimiento	30	7,9%	31	8,2%	54	14,2%	34	8,9%
Total		380	100,0	380	100,0	380	100,0	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Bosque Protector Mindo Nambillo

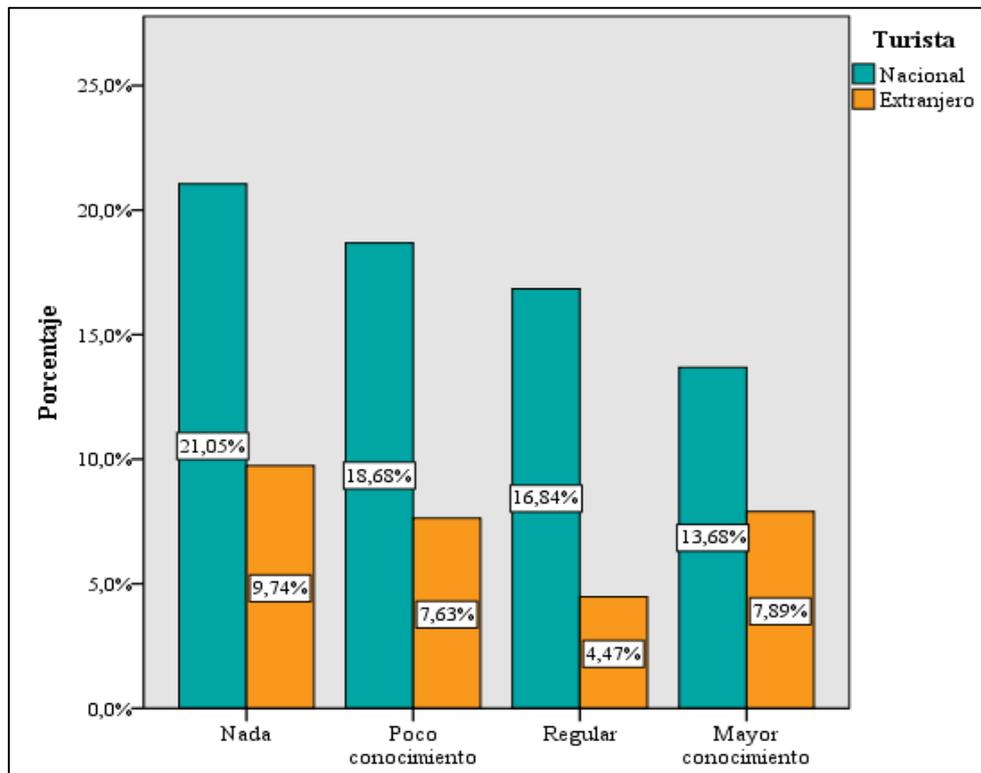


Figura 7. Bosque Protector Mindo Nambillo

Quetzal de Mindo (Tour de Chocolate)

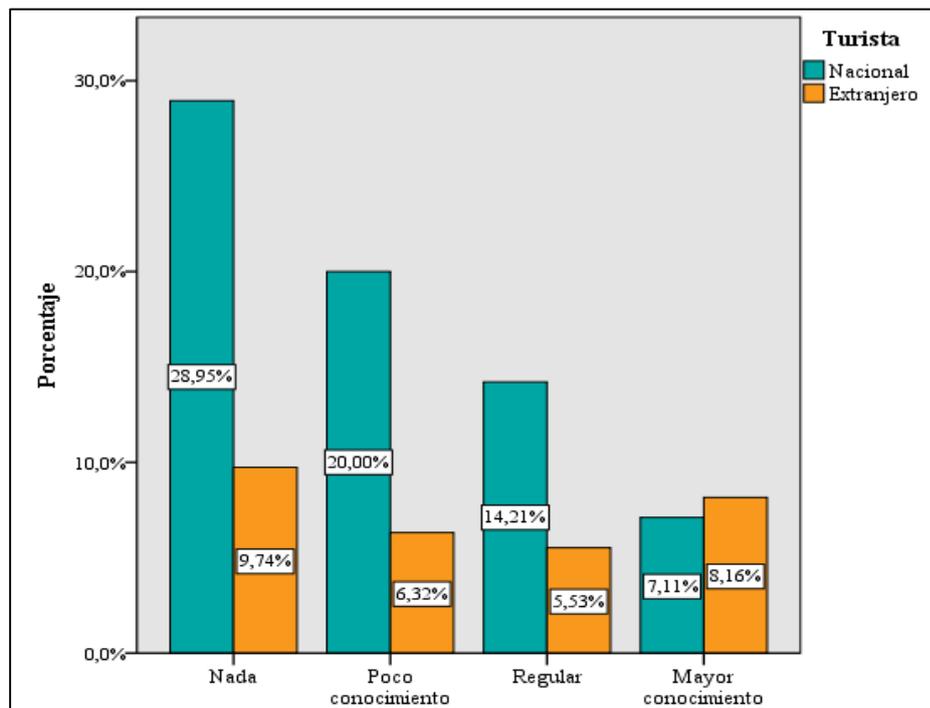


Figura 8. Quetzal de Mindo (Tour de Chocolate)

Áreas naturales (ríos, cascadas y senderos)

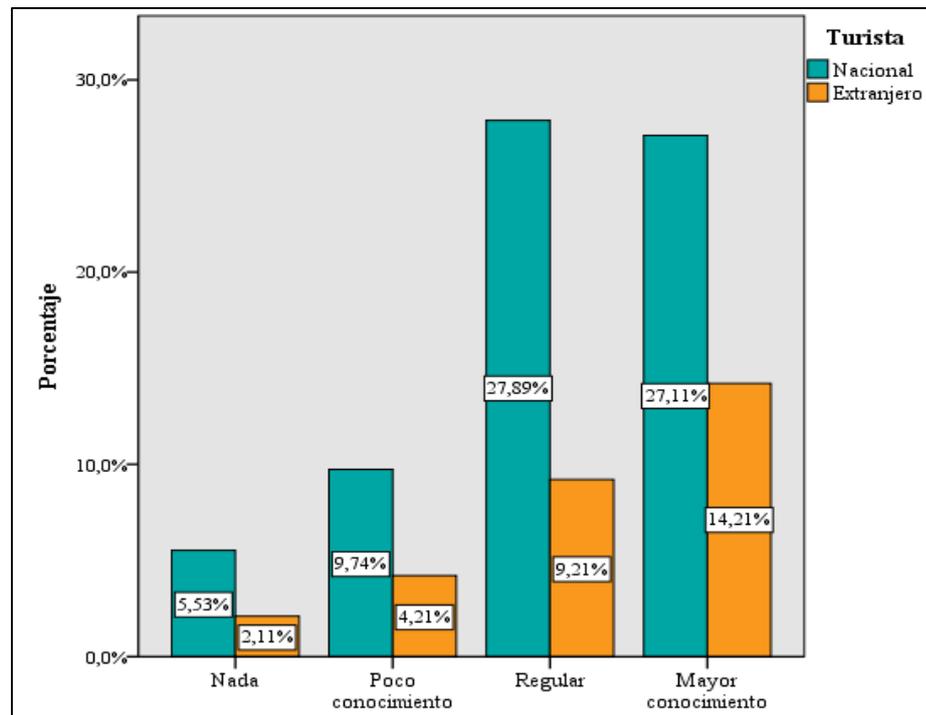


Figura 9. Áreas naturales (ríos, cascadas y senderos)

Mariposario

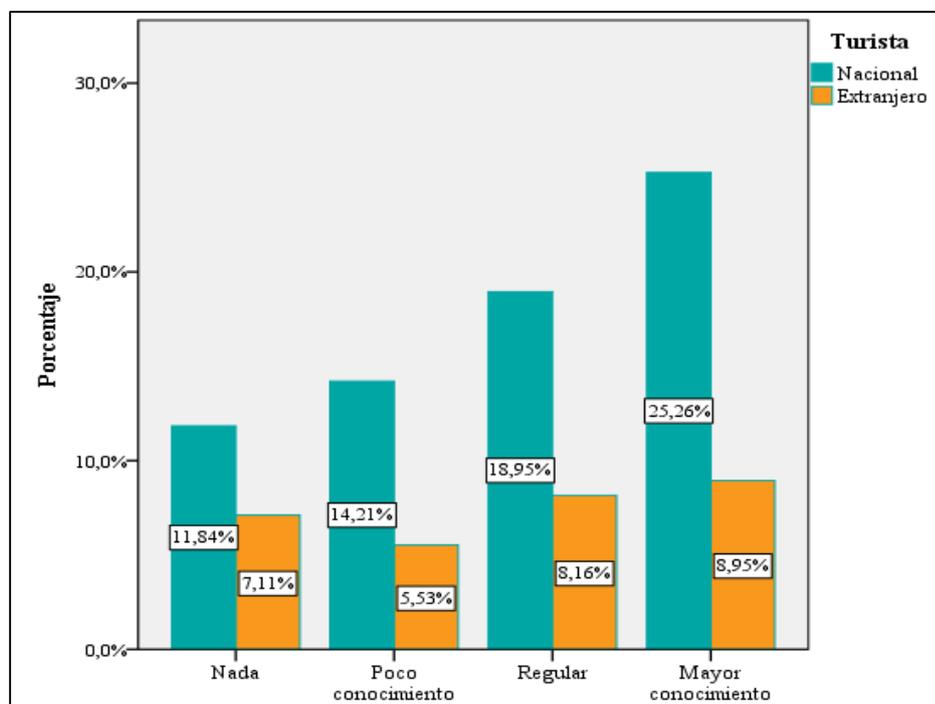


Figura 10. Mariposario

Al ser Mindo un lugar de interacción con la naturaleza, sus atractivos son cada uno de ellos únicos y con diferentes ecosistemas para su disfrute que permiten al turista realizar un sin número de actividades. Entre los atractivos que mayor conocimiento poseen los encuestados se encuentran: las áreas naturales más comunes como ríos, cascadas, senderos correspondiente a un 41%, ya que la mayoría de personas en busca de interacción con la naturaleza prefieren actividades tranquilas que permita disfrutar de su entorno mientras realizan caminatas, observación de especies y visitas a los ríos o cascadas; seguido del Mariposario y el Bosque Protector Mindo Nambillo, lugares que son frecuentados en su mayoría por ornitólogos y biólogos amantes de la naturaleza; por último está el Quetzal de Mindo (tour de chocolate) en un 15% de turistas que conocen sobre el lugar, pues se muestran interesados en el proceso de fabricación de estos productos y el método artesanal que usan. Por otro lado, la mayor parte de turistas aceptan no conocer sobre el bosque protector, ya que es más fácil acudir a otras áreas naturales que se encuentran más cercanos al centro de la población de Mindo.

Tabla 7.

Pregunta 2: Medios por los cuales tiene conocimiento de Mindo

Edad	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Familia y amigos	174	45,8%	51	13,4%	225	59,2
Tv y radio	52	13,7%	18	4,7%	70	18,4
Internet y redes sociales	41	10,8%	44	11,6%	85	22,4
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Medios por los cuales se conoce Mindo

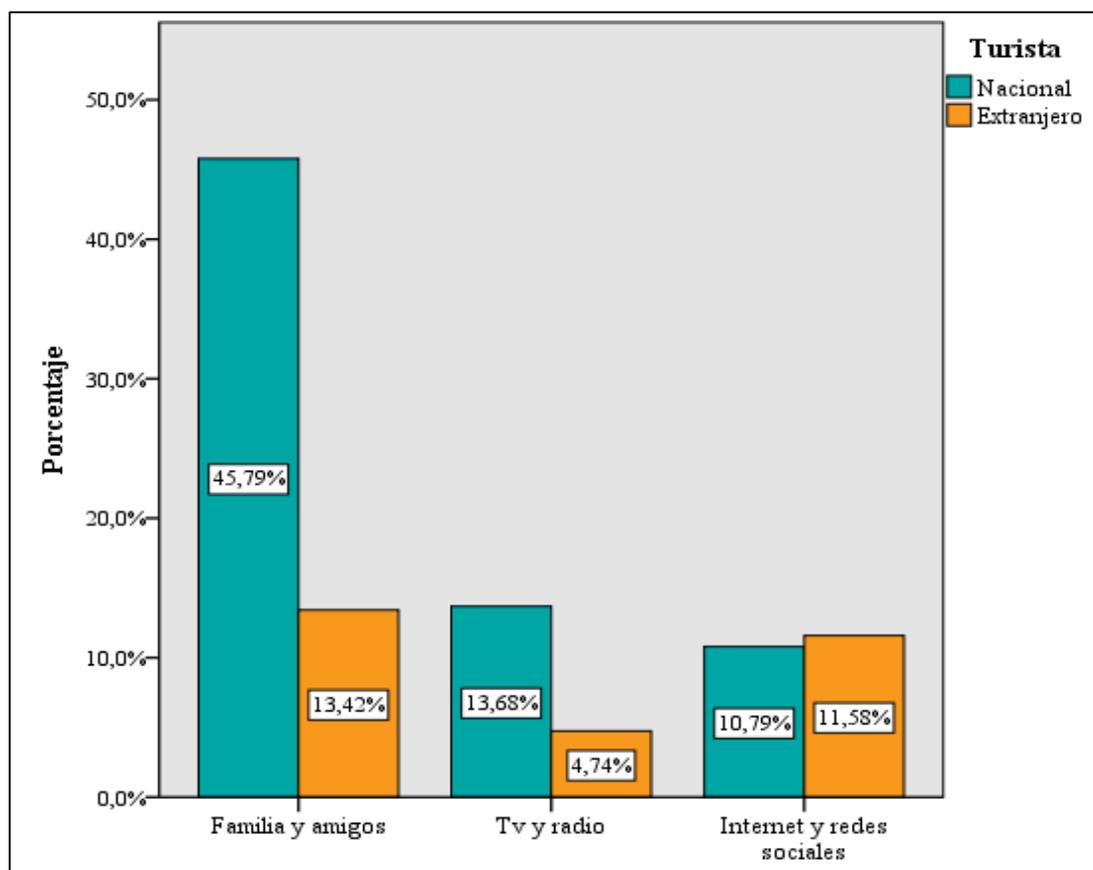


Figura 11. Medios por los cuales se conoce Mindo

Del 100% de encuestados se obtiene que más del 50% de turistas llegaron a tener conocimiento acerca de Mindo por medio de publicidad del conocido boca a boca, es decir por familiares y amigos, personas que ya han tenido la fortuna de conocer este lugar y han quedado maravillados por su belleza natural, es así que lo recomiendan con la promesa que será un sitio de goce y relajación para el resto. Por otra parte, un 22% asegura que lo hicieron gracias a la navegación en internet y redes sociales, a este grupo en su mayoría corresponden a turistas extranjeros, puesto que lo que les motiva navegar por la web es en busca de destinos turísticos interesantes para su entretenimiento y relajación con la quietud de la naturaleza, mientras que los turistas nacionales hacen uso de este medio con fines más sociables como mensajería, compras, música, entre otros. Por último están, los medios de publicidad tradicionales como la radio y televisión, pues son utilizados por personas que gustan de noticias y programas como Ecuador Ama la Vida, Rodando Ecuador, 593Ecuador y Ñuka Ecuador.

Tabla 8.

Pregunta 3: Indique cual es el motivo de visita a la parroquia

Motivo	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Pasatiempo	43	11,3%	31	8,2%	74	19,5%
Trabajo	6	1,6%	7	1,8%	13	3,4%
Paseo familiar o con amigos	208	54,7%	69	18,2%	277	72,9%
Festividades	4	1,1%	1	0,3%	5	1,3%
Estudio	6	1,6%	5	1,3%	11	2,9%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Motivo de Visita

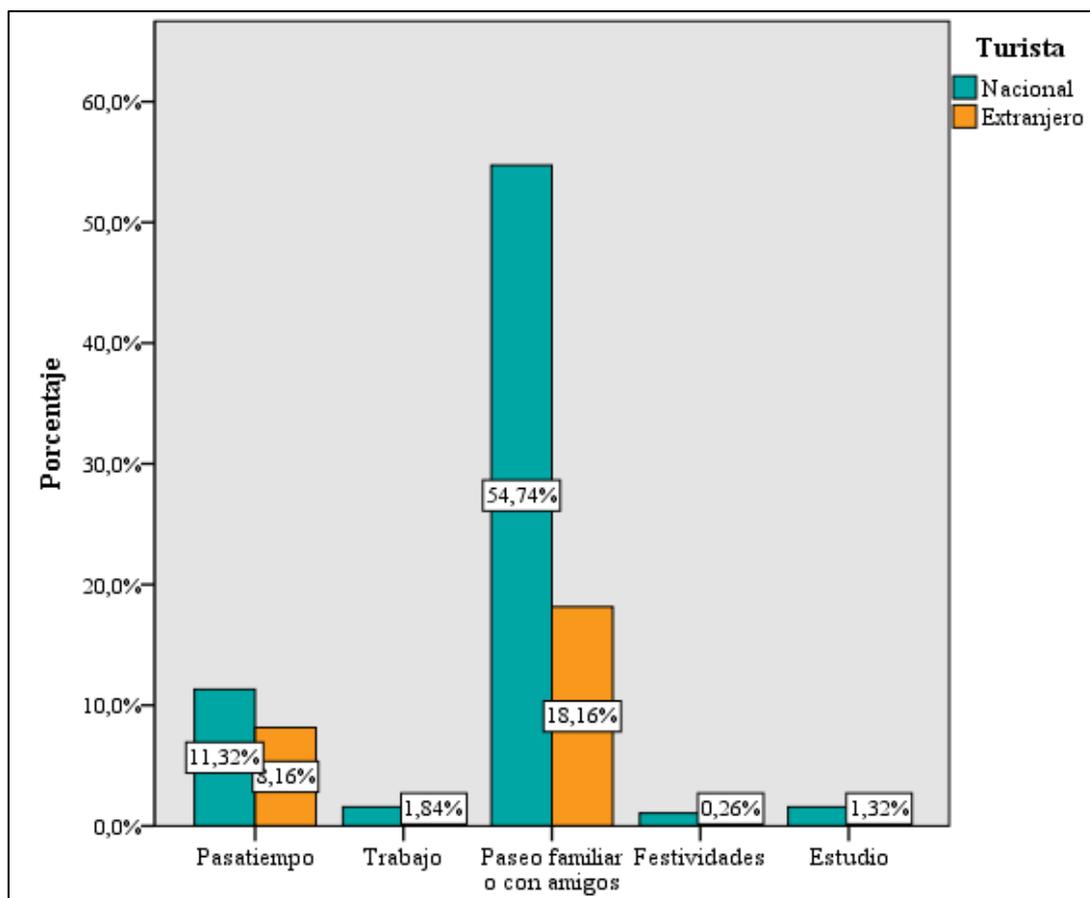


Figura 12. Motivo de visita

Los datos demuestran que de un total de 380 encuestados, el motivo de visita a la parroquia de Mindo se da por paseo con la familia y amigos con un 72,9%, ellos aseguran que disfrutan de la compañía de sus seres queridos y que mejor si lo hacen en un sitio natural alejado del ruido y contaminación de la ciudad. También están aquellas personas que prefieren viajar solos y acuden a este lugar por pasatiempo buscando tranquilidad y alejar sus pensamientos del trabajo o de los problemas que se encuentren en su entorno habitual. El 5,6% restante dividido entre trabajo, estudio y festividades, son considerados el menor motivo de visita a la parroquia.

Tabla 9.

Pregunta 4: Cuando visita Mindo. ¿Qué actividades realiza?

Turista	Atractivos	Turismo Cultural (Visita al parque central, monumento y locales de artesanías)		Turismo Ecológico (Observación de aves, visita mariposario y jardines de orquídeas)		Turismo Deportivo y de Aventura (Visita a cascadas, caminatas, tubing, canopy y rafting)		Turismo Gastronómico (Degustación de comida nacional e internacional)	
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	No es importante	40	10,5%	21	5,5%	15	3,9%	49	12,9%
	Menos importante	108	28,4%	81	21,3%	28	7,4%	85	22,4%
	Importante	91	23,9%	123	32,4%	71	18,7%	77	20,3%
	Muy importante	28	7,4%	42	11,1%	153	40,3%	56	14,7%
Extranjero	No es importante	26	6,8%	3	0,8%	18	4,7%	15	3,9%
	Menos importante	42	11,1%	7	1,8%	23	6,1%	40	10,5%
	Importante	26	6,8%	24	6,3%	33	8,7%	32	8,4%
	Muy importante	19	5,0%	79	20,8%	39	10,3%	26	6,8%
Total		380	100%	380	100%	380	100%	380	100%

Fuente: Investigación directa.

Al ser Mindo un lugar importante para realizar turismo se presentan dos actividades primordiales que pueden ser realizados en este lugar sin que afecte su estado natural, cuyas actividades son optadas tanto por turistas nacionales como extranjeros y que su mayor acogida es presentada de la siguiente manera: los turistas nacionales que visitan Mindo realizan con mayor frecuencia la práctica de turismo deportivo y de aventura, ya que van en busca de emociones y gastar su energía en actividades fuera de lo común (caminatas, visita a cascadas, canopy, tubing y rafting) a los que realizan diariamente (ir al gimnasio, correr, futbol, entre otras) interpretado en un valor de 153 encuestados y que a su vez realizan turismo gastronómico degustando comida nacional e internacional son alrededor de 56 visitantes, pues gustan mucho de platillos exóticos como los que ofrecen en Mindo (Trucha en diferentes presentaciones, carnes asadas, mariscos, pizza, etc.); sin embargo, los resultados muestran que 79 de los turistas extranjeros realizan con mayor frecuencia la práctica de turismo ecológico que abarca observación de aves, visita al mariposario, jardines de orquídeas, ya que, ellos aseguran que el convivir con la naturaleza no debe ser relacionado con actividades que generen el menor ruido posible para disfrutar de su paz y belleza, aun así existen personas que además de disfrutar de la quietud de este lugar optan por realizar actividades adicionales que generen mayor diversión como son el deporte y la aventura; por último, un pequeño grupo de turistas sin importar su procedencia concuerdan que acudir al parque central, el monumento, la observación y compra de artesanías no es significativo para los fines que conlleva su visita.

Tabla 10.

Pregunta 5: Tiene conocimiento que en Mindo se realiza Aviturismo

	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	89	23,4%	89	15,5%	202	53,2
No	178	46,8%	24	14,2%	178	46,8
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

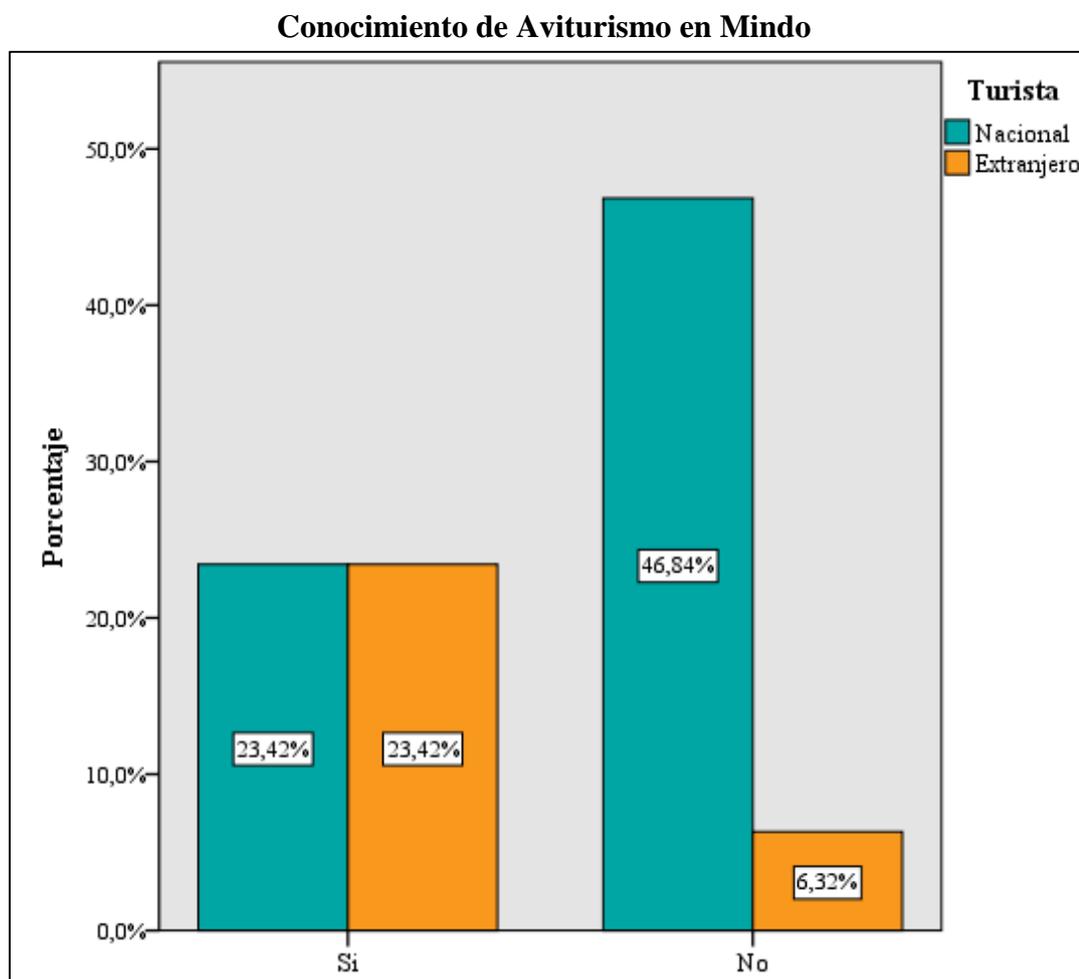


Figura 13. Conocimiento de Aviturismo en Mindo

Dentro de las actividades turísticas que se puede realizar en Mindo están la observación de aves (Aviturismo), la cual más del 50% afirma no tener conocimiento, puesto que mencionado anteriormente la mayoría de turistas son nacionales y son aquellos que optan por actividades de aventura y entretenimiento extremo. Sin embargo, un 40% afirma conocer de esta actividad e incluso están al tanto de las rutas establecidas para realizar Aviturismo en este lugar, dicho grupo corresponde a turistas en su mayoría a extranjeros que acuden al sitio principalmente por observación de especies.

Tabla 11.

Pregunta 6: ¿Por qué medios conoce sobre el Aviturismo en Mindo?

Edad	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Tv y radio	1	0,3%	3	0,8%	4	1,1
Familia y amigos	45	11,8%	26	6,8%	71	18,7
Internet y redes social	40	10,5%	51	13,4%	91	23,9
Flayers publicitarios	3	0,8%	9	2,4%	12	3,2
No hay respuesta	178	46,8%	24	6,3%	202	53,2
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Medios para conocimiento de Aviturismo en Mindo

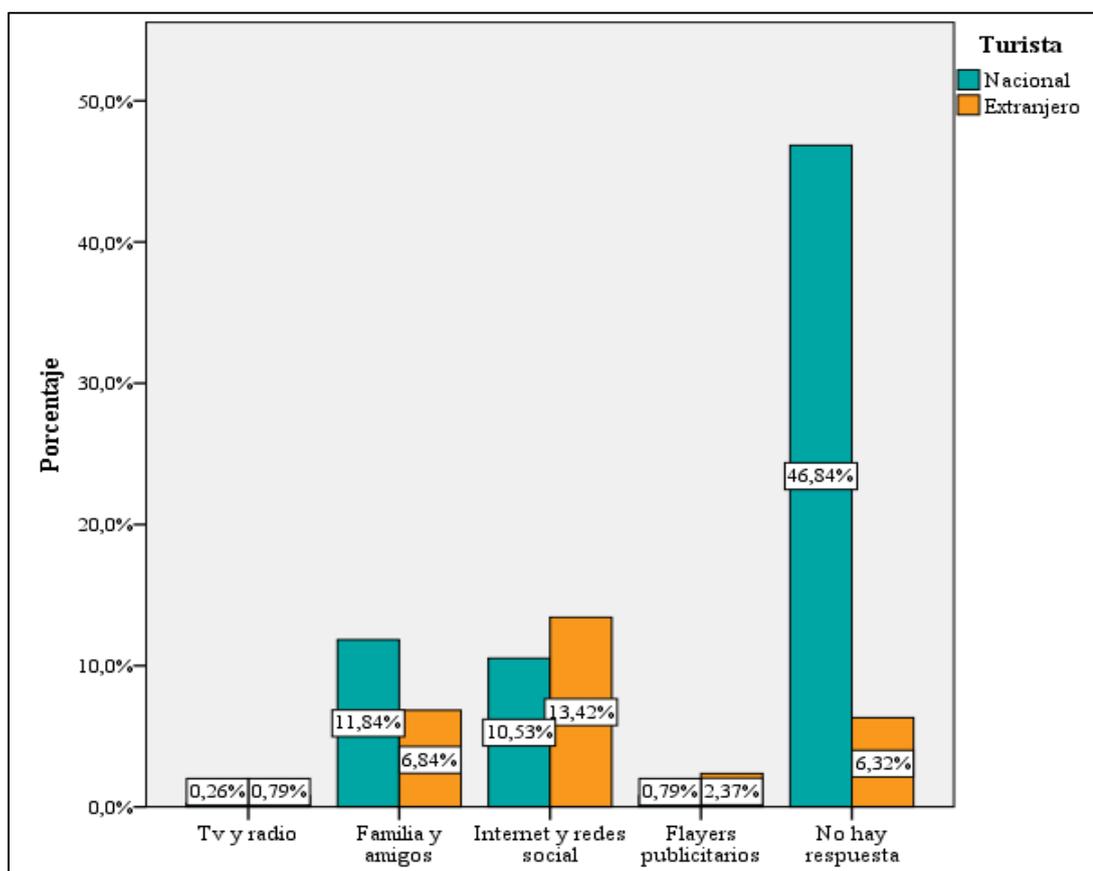


Figura 14. Medios para conocimiento de Aviturismo en Mindo

Tomando en cuenta que el 46,8% de visitantes que conocen de la observación de aves, se obtiene que un 23,9% conocen de esta actividad por medio de internet y redes sociales, ya que son personas provenientes de otros países y que son ornitólogos biólogos o amantes de estas especies que específicamente su visita la realizan para la observación de aves y debido a que Mindo es considerada como una de las IBA's más importantes a nivel internacional, este tipo de información se encuentra publicada en diferentes sitios web y están a la mano de cualquier usuario interesado en aves. Otro de los medios es a través de familiares y amigos con un 18,7%, quienes al contratar tours para recorrer este hermoso sitio fueron informados sobre las distintas actividades que se pueden realizar y una de ellas es el Aviturismo, es así que tal información es compartida con sus allegados. No obstante, también existe publicidad por medio de flayers y que un porcentaje mínimo de turistas afirman que su asistencia a los centros de información turística se les ha proporcionado este tipo de publicidad acerca del Aviturismo. Un último valor indica publicidad a través de televisión y radio con tan sólo el 1,1%.

Tabla 12.

Pregunta 7: Indique interés por realizar Aviturismo en Mindo.

Turista Niveles	Nacional		Extranjero		Total	%
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje		
Muy interesado	149	39,20%	82	21,60%	231	60,80%
Regular	91	23,90%	16	4,20%	107	28,20%
Poco interesado	16	4,20%	11	2,90%	27	7,10%
Nada	11	2,90%	4	1,10%	15	3,90%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100%

Fuente: Investigación directa.

Interés de realizar Aviturismo en Mindo

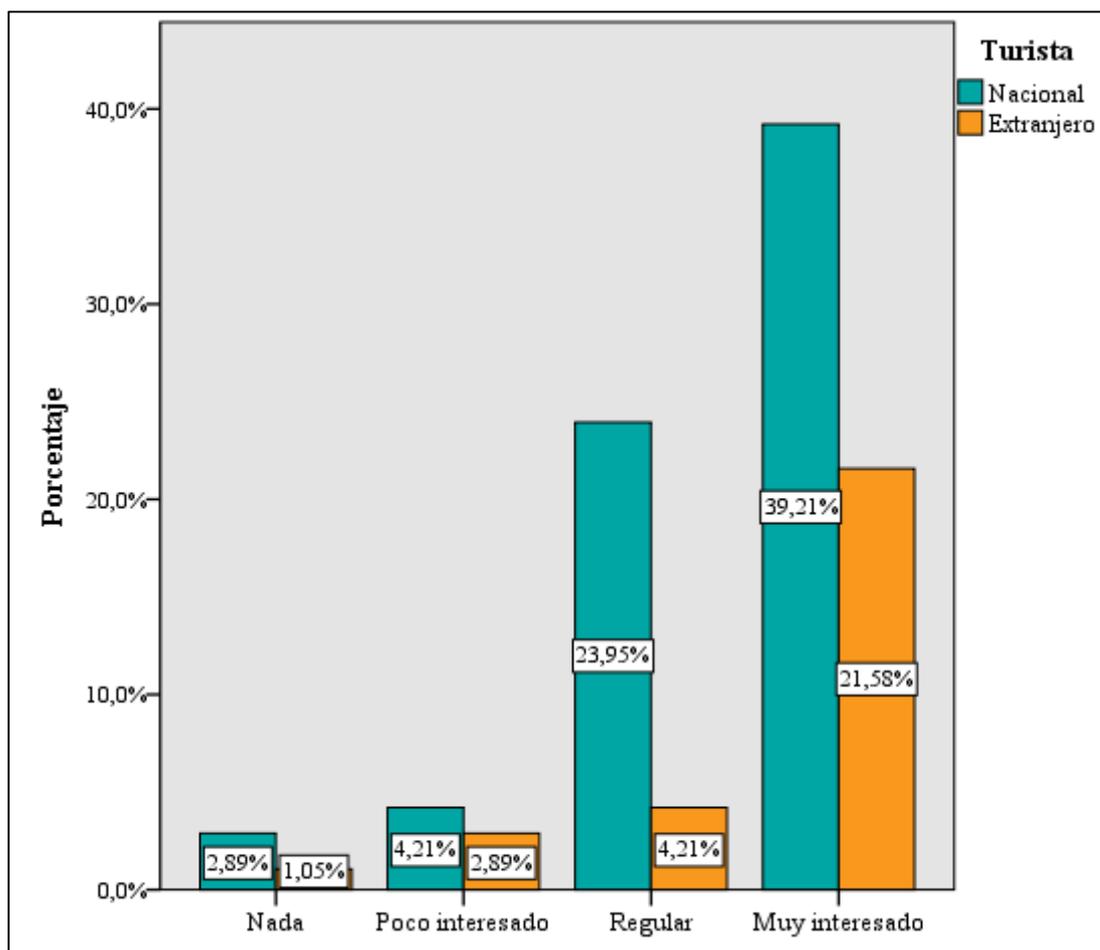


Figura 15. Interés de realizar Aviturismo en Mindo

De los turistas tanto extranjeros como nacionales muestran mayor interés por realizar Aviturismo. Por un lado los visitantes nacionales comentan que esta actividad es atractiva, pues tienen conocimiento que Ecuador es mega diverso tanto en flora como en fauna y el conocer las distintas especies de aves es un privilegio que debe aprovecharse, ya que se lo puede disfrutar en su propio territorio y no deben viajar al exterior para ser partícipe de esta alternativa turística. Para los turistas extranjeros, la actividad es de su interés por que la mayoría ya lo practica y les parece un momento único en el cual es probable que una especie puede ser vista una sola vez en la vida. Aun así existe un porcentaje mínimo de visitantes que reflejan no tener absoluto interés en este tipo de actividades.

Tabla 13.

Pregunta 8: ¿Qué aves llaman más su atención?

Nivel Especies de aves	Interés de realizar Aviturismo en Mindo				Total
	Nada	Poco interesado	Regular	Muy interesado	
Especies migratorias	0	3	25	95	123
	0,0%	11,1%	23,4%	41,1%	
	0,0%	0,8%	6,6%	25,0%	32,4%
Especies que poseen colores brillantes	0	12	62	136	210
	0,0%	44,4%	57,9%	58,9%	
	0,0%	3,2%	16,3%	35,8%	55,3%
Especies fáciles de observar	0	10	33	77	120
	0,0%	37,0%	30,8%	33,3%	
	0,0%	2,6%	8,7%	20,3%	31,6%
Especies de gran tamaño	0	4	36	101	141
	0,0%	14,8%	33,6%	43,7%	
	0,0%	1,1%	9,5%	26,6%	37,1%
Especies de fisonomía rara	0	3	42	135	180
	0,0%	11,1%	39,3%	58,4%	
	0,0%	0,8%	11,1%	35,5%	47,4%
Especies predatoras	0	3	11	52	66
	0,0%	11,1%	10,3%	22,5%	
	0,0%	0,8%	2,9%	13,7%	17,4%
Ninguna	15	0	0	0	15
	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%
Total	15	27	107	231	380
	3,9%	7,1%	28,2%	60,8%	100,0%

Fuente: Investigación directa.

Para los turistas que mostraron interés por realizar Aviturismo, la mayor parte menciona que les gustaría conocer sobre especies que posean colores brillantes y fáciles de observar, ya que son más llamativas y son numerosas como el colibrí, tucanes, tangaras, trogones, entre otros. Otra de las especies que llaman la atención a los turistas, están las de fisonomía rara (gallo de la peña); especies migratorias, pues son aves poco comunes y que rara vez pueden ser visualizadas, además, un mínimo porcentaje indican que prefieren observar especies predatoras debido a que son más difíciles de observar y que sería una aventura poder contactarlas.

Tabla 14.

Pregunta 9: Tiempo de estancia en Mindo para realizar Aviturismo

Tiempo	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Medio día	46	12,1%	21	5,5%	67	17,6%
1 a 2 días	155	40,8%	61	16,1%	216	56,8%
3 a 5 días	47	12,4%	22	5,8%	69	18,2%
Más de 5 días	8	2,1%	5	1,3%	13	3,4%
No hay respuesta	11	2,9%	4	1,1%	15	3,9%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Tiempo de estancia para realizar Aviturismo

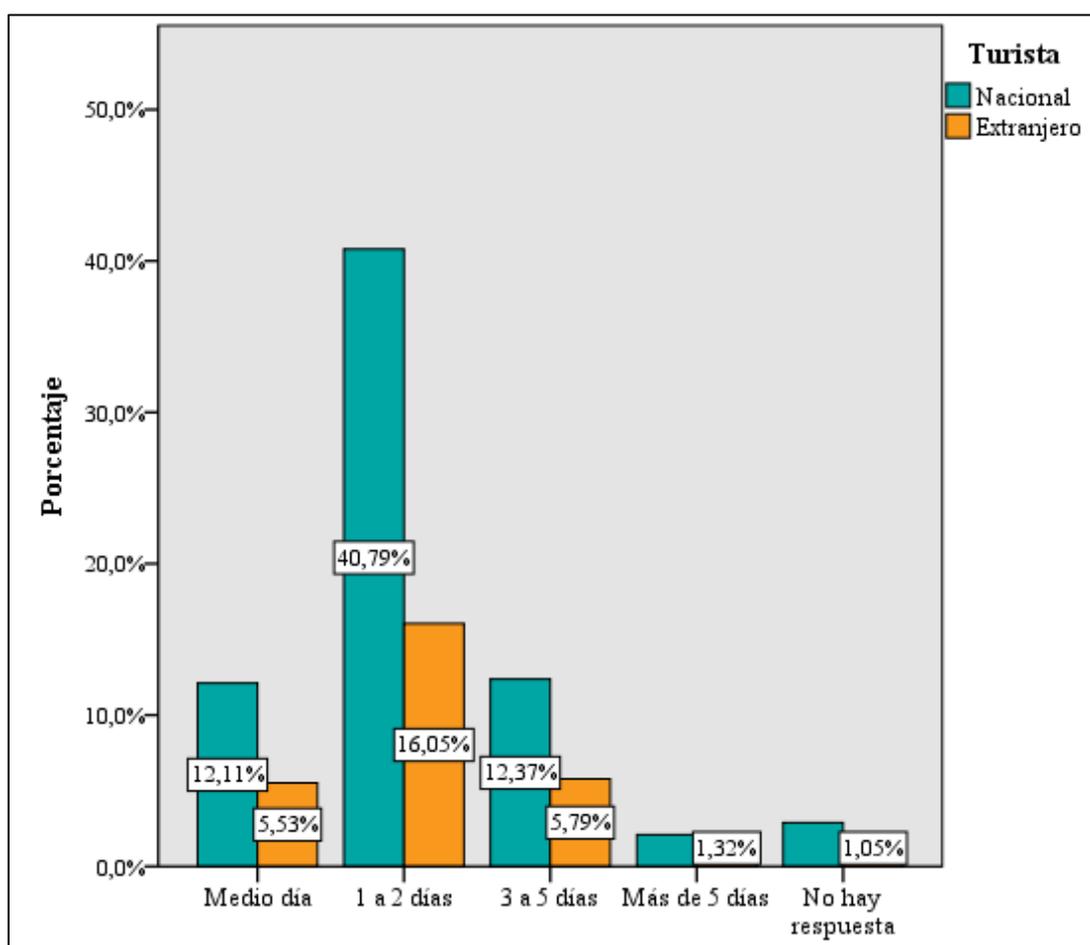


Figura 16. Tiempo de estancia para realizar Aviturismo

Los turistas que desean realizar Aviturismo en Míndo, indica que el 56,84% permanecerían en este lugar de uno a dos días, la mayoría de este grupo corresponde a personas nacionales que consideran este tiempo de estancia siempre y cuando su tour para observación de aves conste de otro tipo de actividades, por otro lado personas extranjeras en su mayoría están completamente de acuerdo ya que se apasionan por esta actividad. No obstante, un pequeño grupo preferirían realizar Aviturismo únicamente hasta medio día (half day), puesto que también desean realizar otro tipo de actividades como recorridos por los diferentes atractivos que existen en Míndo (recorrido tour de chocolate, visita al mariposario, caminatas, entre otros) y solo el 18% asegura que su estadía en la parroquia sería de más de dos días, ya que es un grupo correspondiente a especialistas en aves que visitan la parroquia con fines de estudio científico.

Tabla 15.

Pregunta 10: Le gustaría que un tour de aves combinado

Aceptación	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	251	66,1%	94	24,7%	345	90,8
No	5	1,3%	15	3,9%	20	5,3
No hay respuesta	11	2,9%	4	1,1%	15	3,9
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Combinación de Aviturismo con otras actividades turísticas

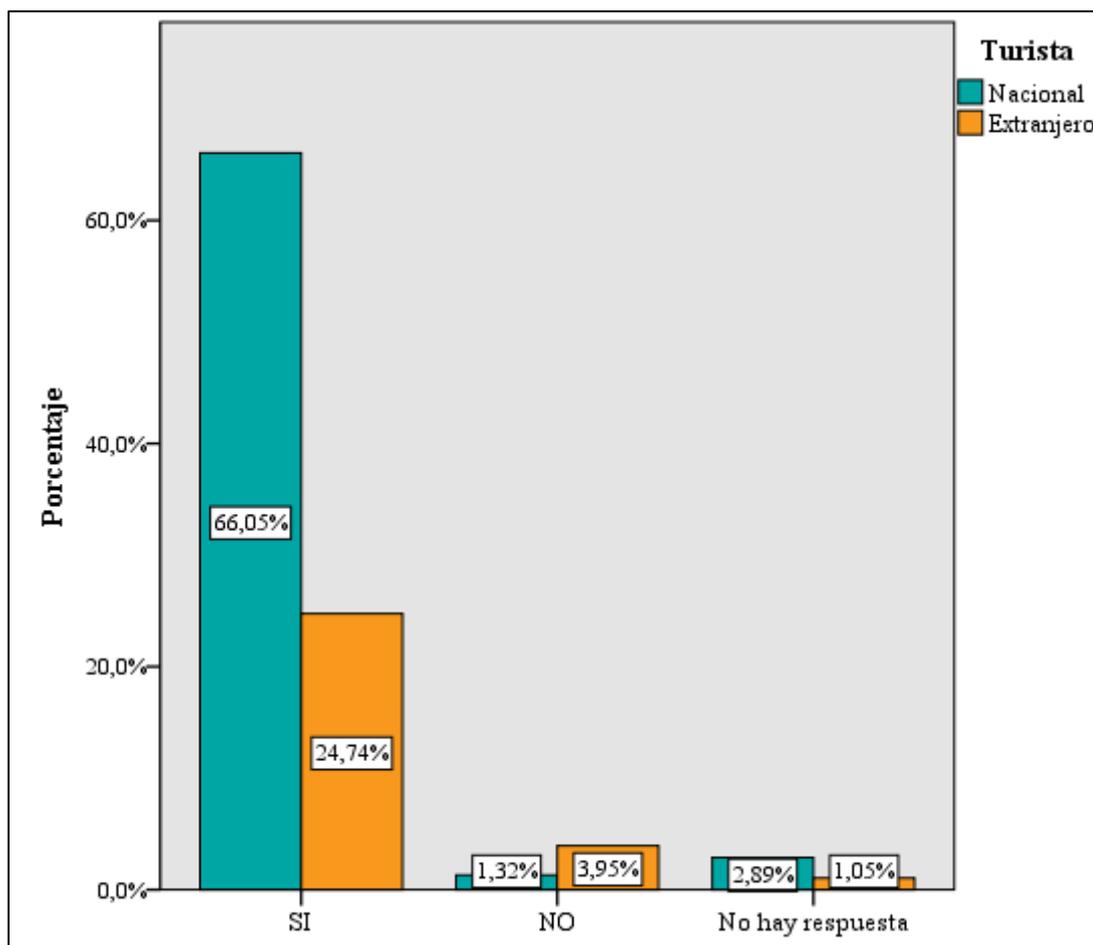


Figura 17. Combinación de Aviturismo con otras actividades turísticas

Del 96% de turistas que mostraron interés en realizar Aviturismo, el 5% de encuestados consideran que su tour de observación de aves sería mejor si no es combinado con otras actividades y que el tour sea exclusivamente para Aviturismo, ya que su viaje es con fines netamente para observar aves, mientras que el porcentaje restante de turistas prefieren que su tour cuente con actividades adicionales para su disfrute y que su visita a este sitio muestre variedad.

Tabla 16.**Pregunta 11: ¿Qué actividades le gustaría esté diseñado su tour?**

Tiempo	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Visita al parque central, monumento y locales de artesanías	24	6,3%	11	2,9%	35	9,2%
Visita a mariposarios y jardines de orquídeas	77	20,3%	39	10,3%	116	30,5%
Visita a cascadas, caminatas, Tubbing, Canopy y Rafting	105	27,6%	30	7,9%	135	35,5%
Degustación de comida nacional e internacional	45	11,8%	14	3,7%	59	15,5%
No hay respuesta	16	4,2%	19	5,0%	35	9,2%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Actividades para combinar tour para observación de aves

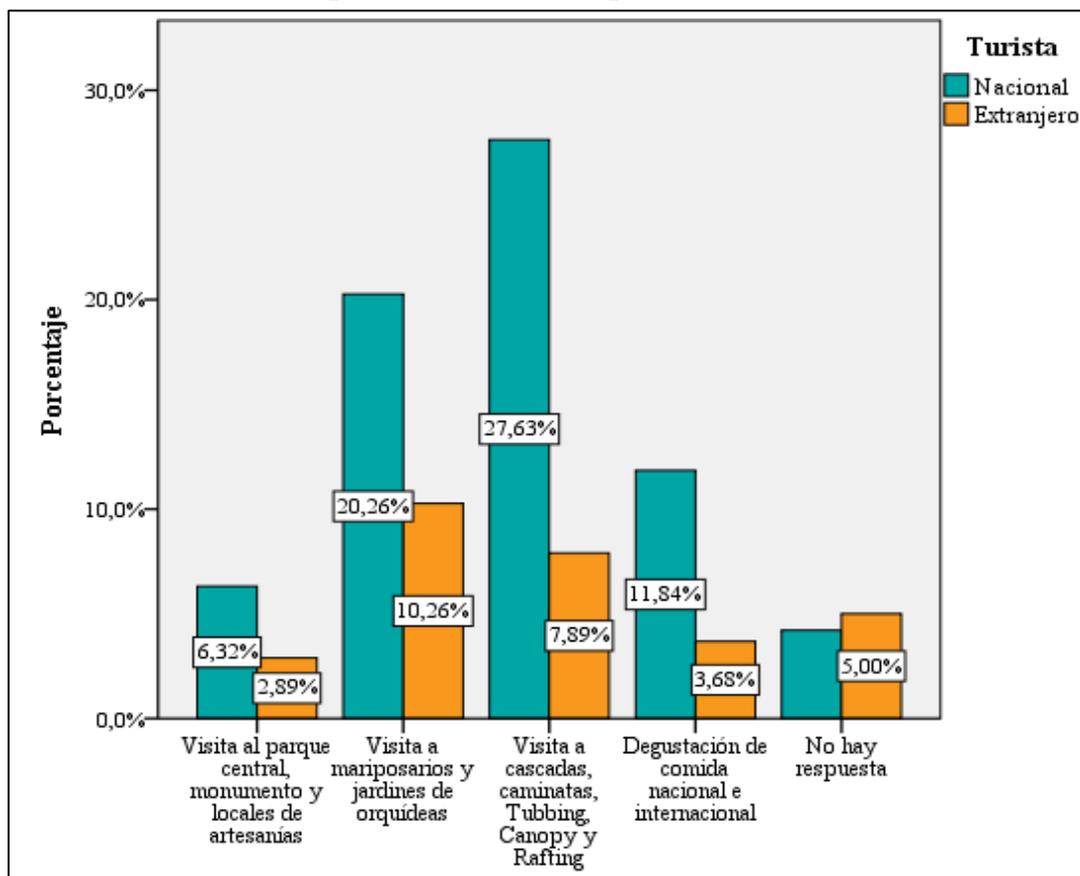


Figura 18. Actividades para combinar tour para combinación de aves

El 35,5% de los turistas nacionales y extranjeros les gustaría combinar un tour de aves con actividades que se involucran dentro del turismo deportivo y de aventura, como por ejemplo caminatas, visita a cascadas, canopy, tubing y rafting. El 30,5% son aquellas personas que desearían que en el tour de aves también se incluya la visita al mariposario y jardines de orquídeas, correspondiente a un grupo de turistas que fascinan de la observación de especies (flora y fauna), el 15,5% personas que les agradaría conocer sobre la gastronomía ofertada por los habitantes de este lugar. Y finalmente, un pequeño grupo indica que les gustaría conocer sobre las habilidades de los residentes en el sitio reflejados en la elaboración de sus artesanías.

Tabla 17.

Pregunta 12: Pago por un tour de aves siendo este un half day

Tiempo	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
\$30 a \$40	166	43,7%	24	6,3%	190	50,0%
\$41 a \$50	58	15,3%	27	7,1%	85	22,4%
\$51 a \$60	19	5,0%	49	12,9%	68	17,9%
Otro	13	3,4%	9	2,4%	22	5,8%
No hay respuesta	11	2,9%	4	1,1%	15	3,9%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Pago por tour de aves siendo un half day

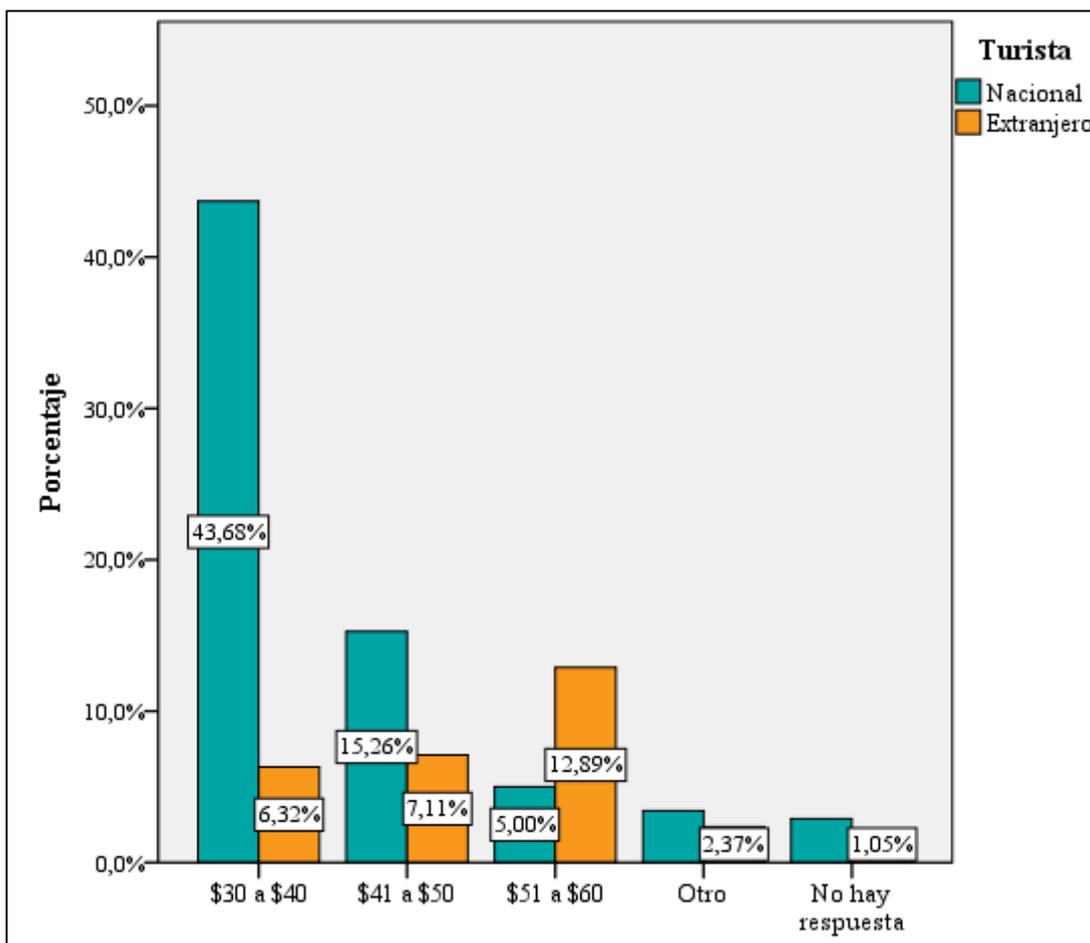


Figura 19. Pago por tour de aves siendo un half day

Mindo es biodiverso tanto en flora como en fauna especialmente cuenta con un gran número de especies en aves, es por ello que en poco tiempo una persona puede observar una cantidad considerable de estas especies, tomando en cuenta este dato se proponen precios que justifiquen el tour para observación de aves. En este caso siendo un half day, el 50% de encuestados están de acuerdo que el precio para este tipo de actividades debe ser de \$30 a \$40, mientras que un mínimo de turistas estiman que debe ser más de \$40, debido a que ellos consideran que un buen tour de observación de aves debe ser ofertado por especialistas que proporcionen excelente información.

Tabla 18.

Pregunta 13: Pago por un tour de aves siendo este un full day

Tiempo	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
\$50 a \$60	144	37,9%	26	6,8%	170	44,7%
\$61 a \$80	63	16,6%	30	7,9%	93	24,5%
\$81 a \$90	30	7,9%	43	11,3%	73	19,2%
Otro	19	5,0%	10	2,6%	29	7,6%
No hay respuesta	11	2,9%	4	1,1%	15	3,9%
Total	267	70,3%	113	29,7%	380	100,0

Fuente: Investigación directa.

Pago por tour de aves siendo un full day

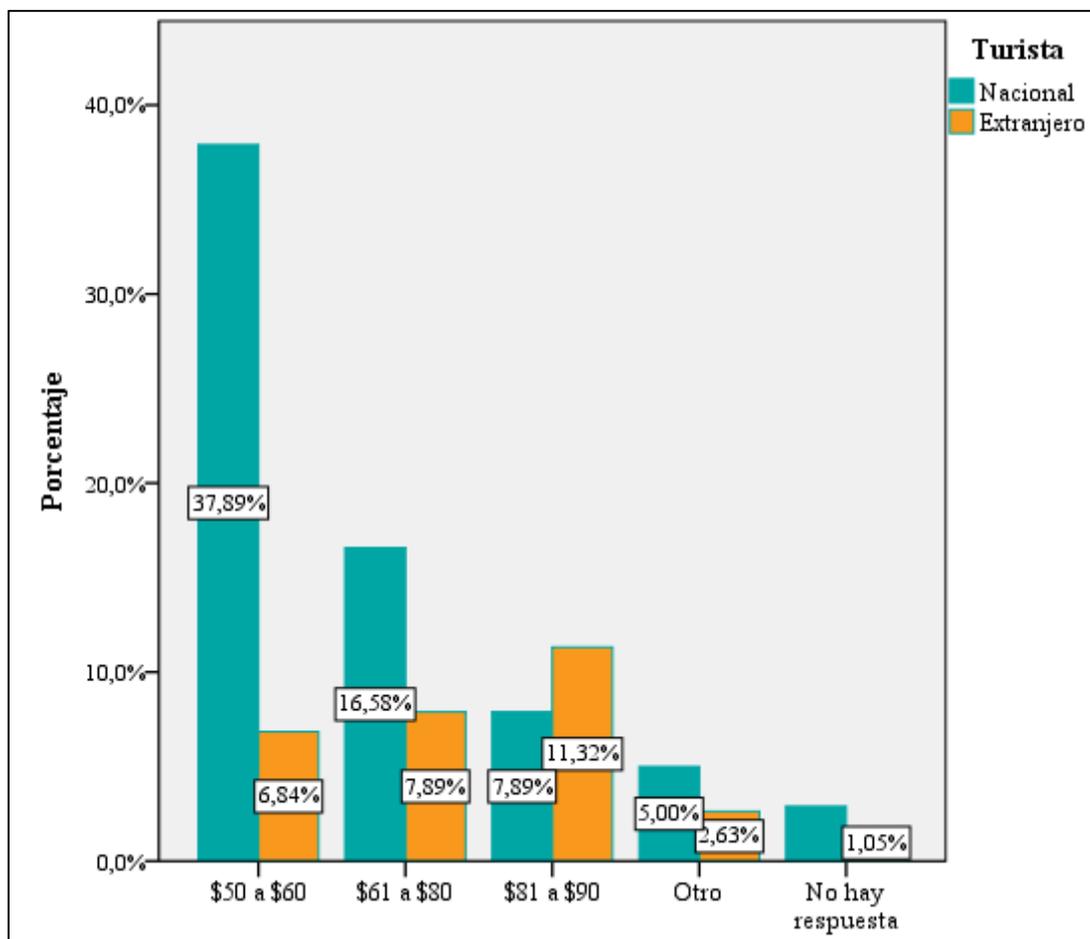


Figura 20. Pago por tour de aves siendo un full day

Los visitantes que representan el 46,6% estarían dispuestos a pagar un tour de aves siendo un día completo (full day) un rango de precio de \$50 a \$60, recalcando que la mayoría de turistas son nacionales y siempre buscan tarifas más económicas. Más del 50% de turistas aseguran pagar de \$60 en adelante siendo un grupo conformado por profesionales y solamente el 7,6% correspondiente a un grupo de turistas extranjeros y jubilados (ornitólogos y biólogos), aprecian que el valor de un tour de aves debe ser mayor de \$90 por su calidad de servicio y su nivel de conocimiento al guiar.

Perfil del turista Extranjero

Con los resultados obtenidos se puede determinar el perfil del turista extranjero que visitan la parroquia de Mindo, al género masculino y femenino de manera equitativa, debido a que la mayoría viajan en parejas y se encuentran en un rango de 30 a 50 años que tienen procedencia principalmente de Holanda y China, además de Estados Unidos, Inglaterra y Suiza, quienes emprenden su viaje motivados por la belleza natural que ofrece Ecuador y su deseo por interactuar con la naturaleza.

Tomando en cuenta que son personas con profesión en ornitología, biólogos, administradores y jubilados amantes de la naturaleza, el turismo que más les atrae es el turismo ecológico debido a la belleza que presenta Mindo y la extensa gama de especies de flora y fauna que se puede observar, igualmente los lugares que mayor conocimiento tienen por sus visitas constantes son las áreas naturales como ríos, cascadas, mariposario y jardín de orquídeas. Por otro lado, muestran interés sobre la cultura y gastronomía, al ser partícipes de elaboración de artesanías y degustar de la variedad de platillos que se ofertan en cada uno de los establecimientos de este lugar.

El turista extranjero tiene conocimiento sobre la actividad Aviturística que se oferta en Mindo y han tenido la oportunidad de ser partícipes de ella, debido que la mayoría de estas personas manifiestan su pasión por estas especies y su interés por realizar Aviturismo. Su conocimiento sobre esta actividad es a través de navegación en sitios web y redes sociales que presentan gran información acerca de la observación de aves que se puede realizar y las áreas específicas para ello. Entre las aves que más llaman la atención de los turistas extranjeros son especies de fisonomía rara, de gran tamaño y aquellas que poseen colores brillantes.

Además del recorrido para observación de aves, este tipo de turista manifiesta estar de acuerdo en que su tour sea combinado con actividades similares como visita al mariposario y jardín de orquídeas o incluso actividades que denoten aventura. El turista extranjero de acuerdo a su ocupación ya mencionada refleja que cuentan con un gran poder adquisitivo mayor al turista nacional para realizar esta clase de viajes y que su estancia puede ser de dos a cinco días, cabe recalcar que su viaje lo realiza principalmente en compañía de familiares y amigos, o de preferencia lo hacen solos.

Respecto al precio, un turista extranjero está dispuesto a pagar un precio mayor a \$50 por un tour para observación de aves siendo este un half day. En caso de ser un tour que se lleve a cabo todo un día, este tipo de turista no le incomoda pagar más de \$80 e incluso si sobre pasa los \$100, debido a que prefieren un excelente servicio de guianza con personas expertas en el área y que le proporcionen información de calidad.



Figura 21. Perfil del turista Extranjero

Perfil turista nacional

Con los resultados anteriores se puede establecer el perfil del turista nacional que visita la parroquia de Mindo de esta manera: hombres y mujeres que en su mayoría son de 25 a 45 años de edad, personas con profesiones y ocupaciones que implican mayor esfuerzo mental, permanecía por horas en la oficina, viven en el núcleo de la ciudad y siempre tienen en su vida diaria el ruido de los carros, por lo cual toman un tiempo para visitar lugares que les permita alejarse de la monotonía, que gusten de la recreación, esparcimiento y la relajación. Además de contar con poder adquisitivo el cual les permite solventar ciertos gastos que implican al viajar

Los turistas nacionales optan hospedarse de 1 a 2 días en la localidad en establecimientos hoteleros que incluyan todos los servicios turísticos, prefieren viajar acompañados de sus familiares y también de sus amigos. Estos turistas desean poder visitar cada uno de los atractivos de la parroquia sean estos naturales como culturales.

Entre los atractivos naturales los turistas nacionales eligen como destino de visita a cascadas, ríos y senderos ecológicos porque es un refugio natural en donde interactúan con la naturaleza, además dentro de los principios de un ecuatoriano está en comprar algún recuerdo del lugar que visitó, por ende dan una vuelta por locales de artesanías y se toman fotos en el parque central de la parroquia.

El turista ecuatoriano cuando visita Mindo realiza diferentes actividades enfocadas a turismo deportivo y de aventura ya que son actividades fuera de lo común como son: tubing, rafting, canopy, actividades que en la ciudad no se pueden realizar. Los turistas nacionales conocen de Mindo por medio de la publicidad conocido como el boca a boca.

El visitante nacional no tiene conocimiento que en Mindo se realiza Aviturismo pero si está muy interesado en participar en esta actividad. Puesto que es algo nuevo y a los turistas les interesaría observar especies de aves de colores brillantes y especies de fisonomía rara.

Para este tipo de personas un tour de aves debe estar combinado con otro tipo de actividades turísticas como son caminatas, visita a cascadas y algunos de los deportes extremos ya que van en busca de emociones y variedad de acciones fuera de lo común.

El ecuatoriano está dispuesto a pagar un tour de aves siendo un half day de \$30 a \$40, ya que señalan que en el resto del día se pueden realizar otras cosas como degustar platos nacionales e internacionales, y pagarían por un tour de aves siendo un full day de \$50 a \$60 a quienes se encuentran más interesados en practicar este tipo de turismo.



Figura 22. Perfil del turista Nacional

3.2 Análisis Entrevista

Para obtener más información acerca de la oferta turística de Mindo, se realizaron entrevistas dirigidas a expertos y profesionales ecuatorianos, que trabajan en los sectores público y privado y que conocen del campo turístico y aviturismo con muchos años de experiencia, como son: Diego Patiño (Maestro carpintero artesano titulado, Presidente de la Asociación de Guías Naturales de Mindo y miembro de la organización Amigos de la naturaleza de Mindo), Julia Patiño y Alex Luna (Guías especialistas en aves), Hugo Oñate (Guía local de las Cabañas y Operadora Armonía).

1. ¿Tiene conocimiento de hace cuánto tiempo y como empezó la actividad de Aviturismo en Mindo?

Este 2017 se cumplen 20 años desde que Mindo fue declarado el primer IBA (Área importante para la conservación de aves) en Latinoamérica, cuya actividad turística empezó a raíz de la creación del grupo Amigos de la Naturaleza de Mindo que tomó un papel importante en la administración y declaración de lo que hoy es conocido como el Bosque Protector Mindo Nambillo en 1998, otorgado por el Ministerio del Ambiente. Desde ese entonces Amigos de la Naturaleza de Mindo se propusieron en conseguir fondos para el primer curso de guías naturales de Mindo, tiempo después se consolida y se hace jurídica la asociación de guías en el año 2002. Los primeros guías de esta zona empezaron a realizar actividades de interpretación ambiental (fauna y flora) y deportes extremos. Algunos observadores de aves como Juan Manuel Carrión empezaron con algunos estudios acerca del Gallo de la Peña. Mindo ya se lo consideraba como un lugar para observar aves, es ahí en donde un grupo pequeño del total de 50 guías locales empezaron a especializarse en aves y brindar servicios turísticos enfocados al avistamiento de estas especies que habitan en la zona.

2. ¿Cuál es la mejor temporada de avistamiento de aves?

Cada entrevistado menciona que todo el año es temporada para observar aves. Sin embargo, a partir del mes de octubre hasta marzo del siguiente año se tiene el privilegio de recibir aves que provienen desde el norte, especies conocidas como

boreales, está temporada de lluvia hace que las aves se encuentren más activas aumentando así el número de individuos.

Además, en el mes de diciembre se registra un buen número de visitas de turistas extranjeros a la parroquia por motivo de participar en el Conteo Navideño de aves que se realiza cada año.

3. ¿Qué motivos son los más comunes por los cuales los turistas visitan Mindo?

Para los entrevistados los motivos más comunes son el esparcimiento, la tranquilidad y la naturaleza. Los turistas nacionales visitan la parroquia en busca de practicar turismo deportivo y de aventura, mientras que los turistas extranjeros son un poco más especializados y atraídos por el turismo naturalista, entre estas actividades se encuentra al Aviturismo. En los años 80 se registraban visitas de personas interesadas en la observación de aves como mochileros pajareros, en los años 90 empezaron a llegar personas profesionales con experiencia como biólogos y ornitólogos. Se puede decir que los motivos más comunes por parte de los turistas extranjeros es observar aves, los mismos que dijeron que Mindo es rico en este tipo de especies.

4. ¿De los turistas que hacen Aviturismo, que aves son las de mayor preferencia?

Los guías interrogados mencionan que las especies de mayor preferencia para los turistas observadores de aves, es de acuerdo a la especialización de cada uno de ellos, a muchos les gustan las aves muy coloridas y de fisonomía rara. Los avituristas que visitan Sudamérica, llegan directamente a Ecuador ya que aquí se ven algunas especies de aves que en otras regiones no son visualizadas. Los turistas que tienen mucha experiencia en observar aves distinguen de 6000 a 8000 especies, incluso tiene una lista de aves preferidas, entre ellas se encuentra: tucanes, tangaras, loras, quetzales, gallos de la peña, gralarias, colibríes y la garceta sol que es muy difícil de ver en otros lugares pero en Mindo se lo ve con mayor frecuencia.

5. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de hacer aviturismo en Mindo?

Ventajas

Los criterios de los entrevistados se enfocaron más en el tema ambiental y de conservación, una de las ventajas es la eliminación a la tala del bosque, no a la caza de aves, ni al tráfico de especies para vender su carne, no existe sobre carga natural

por parte de los observadores de aves. Gracias a esto se puede saber cómo está manejado el hábitat ya que existen aves indicadoras de ecosistemas.

Al exponer las aves, a más de concientizar a los turistas para conservar las tierras y las especies endémicas también se puede tener ingresos de recursos económicos rentables para la población, prestadores de servicio de transporte y turismo, además de guías locales.

Otra de las cosas importantes es que Mindo se encuentra a una hora y media de la capital y se puede visitar las reservas sin ninguna complicación, a comparación de otros países que se debe viajar de 2 a 5 horas para visitar una reserva.

El Aviturismo abre las puertas a los guías, ya que aprenden de los turistas estudiados y expertos en el área.

Desventajas

Asimismo se proyectan algunas desventajas con la actividad aviturística, puesto que el mismo ser humano en forma desleal contamina el ambiente cuando no existen profesionales y cuando no dan la información correcta a los turistas nacionales o extranjeros.

Los turistas nacionales poseen una cultura distinta, la cual no es el de proteger sino de aventurar, produciendo mucho ruido, basura, fuman y toman bebidas alcohólicas y esto hace que exista un desorden ambiental.

6. ¿Cuántos guías de aves existen en la localidad?

La Asociación de guías locales de Mindo se conforma por un grupo de 40 guías, pero no todos se dedican a la observación de aves. Aproximadamente existen 15 guías de aves, de los cuales 6 tienen mayor especialización en esta área.

7. ¿En qué lugares de Mindo existe mayor acogida de avituristas?

Según los entrevistados, Mindo en general es el mejor lugar para realizar Aviturismo del Ecuador y del mundo, ya que se registran 570 especies de aves observadas en el conteo de aves anual. No obstante, los avituristas se concentran más en la Cordillera San Lorenzo, carretero público en el que se han reportado 100 especies por día, los observadores de aves prefieren esta ruta porque suben desde los 2500 msnm y bajan hasta 1200 msnm, del cual existe una transición de 300 m de altura y en ese descenso van cambiando las especies de aves. También se concentran en áreas privadas dependiendo de los recursos que puedan gastar, de las aves que quieran ver y las

comodidades que ellos deseen, como la Hostería Sachatamia, Hotel Hostería Séptimo Paraíso, Yellow House Trails and Lodge, Hostería el Carmelo, Lodge Bellavista Could Forest y Refugio Paz de las Aves.

8. ¿De dónde provienen los avituristas que frecuentan Mindo?

Los guías de la localidad que fueron entrevistados, indican que los avituristas son estadounidenses, ingleses, alemanes, holandeses, canadienses, suizos, y mencionan también que hay un grupo bastante fuerte de asiáticos. Las personas extranjeras que gustan de la actividad, especialmente la gente jubilada son los que más pagan de \$120 a \$300 por un tour de aves, además de gente joven de 35 a 40 años que tienen un buen trabajo y han ahorrado dinero un buen tiempo, viajan y acuden a observar aves.

9. ¿Cree usted que Mindo puede ser posicionado como el primer lugar ideal para la observación de aves a nivel nacional?

Los expertos aseguran que a nivel nacional Mindo no está posicionado como un destino para realizar Aviturismo y que se podría hacer eso, pero demanda de mucho trabajo, ya que depende de las autoridades locales y seccionales. Se han intentado hacer varios trabajos para que Mindo sea operado de mejor manera, pero la falta de conocimiento y de decisión política en las autoridades lo impide. Se puede lograr un posicionamiento de Mindo como un lugar para observar aves ya que tiene todo el potencial de infraestructura hotelera, áreas naturales y otros prestadores de servicios turísticos.

10. ¿De qué manera se ha contribuido para que la actividad de aviturismo sea practicado por personas que aún no tienen conocimiento de que puede ser realizado en Mindo?

En Ecuador es bastante nuevo el tema de observación de aves, sin embargo, se realizan ferias para incentivar a la gente a realizar esta actividad turística. Dentro de la asociación se trabajan con niños o personas de diferentes edades que quieren hacer salidas para observar aves, en Mindo por ejemplo se incluyen más personas en el Conteo Navideño de aves, evento que se lo hace en diciembre alrededor de 22 años.

Algunos operadores ofrecen a los turistas sean que conozcan o no de la actividad, observación de aves en general, algunas personas lo hacen por primera vez y les gusta. Hay que tomar en cuenta que los guías juegan un papel importante pues son ellos quienes deben motivar a la participación.

11. ¿Cuál es el costo que implica realizar Aviturismo?

Uno de los entrevistados comenta que el costo de un tour siendo un half day es \$60 y un full day de \$80 a \$100, tarifa que se cobra a turistas extranjeros. Por otro lado, para los turistas nacionales se manejan la misma tarifa pero con menos tiempo de observación.

Otro de los entrevistados menciona que el tour en español sean a turistas nacionales o extranjeros es de \$50. Y los demás guías cobran a turistas nacionales solamente un promedio de \$40 a \$60 el tour de aves.

12. ¿Los avituristas que asisten al sitio, son personas especializadas en aves, aficionados o personas que simplemente gustan de las aves?

Todos los interrogados explican que hay de todo un poco, pues visitan el lugar Ornitólogos PhD, biólogos, aficionados. Inclusive los guías prestan su equipo de guianza, como binoculares y cámaras para observar todo tipo de aves a turistas que no han realizado avistamiento.

13. A comparación de otros sitios del país, ¿Considera usted que Mindo puede llegar a ser uno de los lugares más visitados por los turistas?

Por la cercanía se menciona que sí, puesto que está más cerca a Quito capital de Ecuador cuya ciudad es una de las más receptivas en cuanto a turistas tanto nacionales como extranjeros.

14. ¿Cómo ve a Mindo en 10 años en su desarrollo turístico a través del Aviturismo? (crecimiento económico, impactos, infraestructura)

Si se habla de 10 años atrás y se desea hablar de los siguientes 10 años, Diego Patino quiere que Mindo sea un modelo como Galápagos en donde existan algunas restricciones de comportamientos malos por parte de los turistas, con el único objetivo del respeto al medio ambiente.

Se toma en cuenta que los ecuatorianos tiene una tarifa más económica y por esa misma razón deben ingresar a la parroquia y áreas naturales con el mayor respeto y para que los extranjeros lo valoren mucho mejor. Otros entrevistados conciben a Mindo en el futuro como un lugar de conservación y crecimiento sostenible.

15. ¿Mindo cuenta con alianzas fuera de la ciudad para la formación de una red aviturística?

Todos afirman que los guías tienen buena relación con guías pajareros a nivel nacional, y por el momento se trabajan en eventos importantes con la Red de Aves Quito y Red de Aves Ecuador.

16. ¿Puede dar alguna sugerencia o información adicional acerca del Aviturismo que se realiza en Mindo?

Algunas de las sugerencias que se puntualizan son que entidades educativas o grupos institucionales se involucren en actividades como estas, y que los estudiantes realicen estudios o seguimientos de especies de aves que se encuentren en Mindo. Que las entidades públicas como el Ministerio del Ambiente establezcan más ordenanzas para disminuir la contaminación y políticas más claras para la conservación.

El Ministerio de Turismo por otro lado invita a la sociedad a participar en el Censo de Aves que se realiza cada año, ya que las personas no saben que existe y de qué trata el Aviturismo. Los gobernantes de Mindo deben luchar por hacer que la parroquia sea considerada como un patrimonio natural de Ecuador. Los guías locales estudien y se actualicen en cada momento, además de que cuenten con todo el equipo necesario para realizar esta actividad y brindar un buen servicio turístico, cuidando la integridad física y material de los turistas.

Otro de los consejos que se indican, es que se tenga más clara la idea, de a qué tipo de turismo se debe enfocar la parroquia, si al turismo de aventura y mochilero o turismo de conservación.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Unidades de promoción

Durante el desarrollo del proyecto de investigación, se ha notado que la parroquia de Mindo puede ser posicionada como un destino aviturístico, tanta es su riqueza que en el rincón más pequeño de este lugar se puede observar un ave cualquiera que fuese su especie, incluso pueden ser observadas en tan poco tiempo y en gran variedad, sin embargo, necesita de herramientas promocionales para alcanzar el interés total de los turistas nacionales y extranjeros. Para ello, se pretende implementar la marca turística Aviturismo en Mindo con su slogan “cada ave tiene una historia” y que de acuerdo al perfil de cada turista tanto nacional como extranjero, se ha establecido dos unidades de promoción, cada una con sus respectivas estrategias de posicionamiento que son descritas a continuación:



Figura 23. Unidades de promoción

Logo

Se trata de ofrecer un servicio diferente en una comunidad diferente, vivir cada día una experiencia inigualable, así se tendrá resultados enriquecedores que harán que los turistas se fijen en esta maravilla natural. “Aviturismo Mindo” será el logo representativo de la propuesta de posicionamiento turístico, junto al eslogan “Cada ave tiene una historia” frase de motivación que se pretende penetrar en el mente del turista pues induce a conocer que cada especie de ave tiene algo único que amerita ser descubierto, desde su origen científico, su descubrimiento y hasta su forma de vida.



Figura 24. Logo Aviturismo en Mindo

Los colores representados en el logo plasman la diversidad natural que posee la parroquia de Mindo, otorgándole mayor vitalidad, por ejemplo en cada especie de ave, su flora, la esencia de su gente, e incluso en sus paisajes. Además los colores son característicos de nuestra marca país Ecuador Ama la Vida.



Figura 25. Colores Corporativos Logo Aviturismo en Mindo

Estrategia de promoción para turista nacional

Video DVD (Suplemento en el periódico)

Una de las formas para llegar a los turistas nacionales es con la presencia en los medios de comunicación, en este caso se propone un video promocional con el fin de mostrar la diversidad de aves que posee Mindo, cuyo video permitirá transmitir de manera más atractiva y visual los momentos únicos, las experiencias, la autenticidad de ser parte de un lugar mega diverso e ideal para pasar sus vacaciones con la noción de descubrir especies que pueden ser vistas por una sola vez. El contenido del video promocional consta en presentar el logo de la marca, inmediatamente se muestra una pequeña leyenda de la especie más atractiva y representativa del lugar como es el Colibrí, seguida de una toma de la misma, a continuación se visualiza una captura total de Mindo y sus áreas naturales, en cada toma debe mostrarse un ave distinta

desde la más común hasta la más inusual, sin dejar de lado a la gente que gusta del Aviturismo, es necesario proyectar el sentir de las personas cuando son parte de ese momento, en el que pueden observar una especie distinta en cualquier rincón de este lugar. De esta manera se consigue el compromiso de la gente por buscar la esencia y sensaciones que brinda un lugar como Mindo.



Figura 26. Tomas del video promocional

Finalmente, el video promocional del Aviturismo en Mindo grabado en un CD será colocado en un estuche sencillo de cartón de 13cm x 13cm, diseñado con el logotipo oficial de la propuesta, en la parte interna del mismo se proporciona una breve descripción de Mindo como un lugar para observar aves junto algunas imágenes que podrán ser visualizadas en el video. De acuerdo al perfil del turista

nacional las personas de 25 a 45 años de edad son quienes mostraron mayor interés en realizar Aviturismo, considerando que las personas que tienen de 25 a 30 años son más apegados a las redes sociales, dejando a un lado un segmento de personas profesionales y de criterio más formado de 30 a 45 años que se dedican a la lectura del periódico y estarían dispuestos en proyectar el video. Este material será añadido como un suplemento en el periódico de mayor difusión a nivel nacional como es El COMERCIO, cuyo costo es de \$0,25 por cada ejemplar. Se estima una cantidad de 10.5000 ejemplares dando un total de \$26.250. Incluso será entregado a las distintas operadoras turísticas del país. Cabe recalcar que este suplemento también es esencial para personas que no se encuentran en esta comunidad cibernético, de esta manera se logrará captar mayor interés de las personas que deseen visitar Mindo con la intención de hacer Aviturismo.



Figura 27. Video DVD (Suplemento en el periódico)

Estrategia de promoción para turista extranjero

Publicidad en Aeropuerto

En la investigación realizada se determina que Mindo es conocido a nivel internacional pero no en su totalidad y menos aún respecto al Aviturismo que puede ser manifestado como una de sus actividades principales. Por ello, se propone la implementación de publicidad directa en el interior del aeropuerto de Quito, ya que es el principal emisor y receptor de viajes internacionales y es considerado el lugar con mayor afluencia de turistas.

Una de las técnicas promotoras es la instalación de un mupi publicitario en la zona de desembarque y recogedor de equipaje, cuyo fin es captar la atención visual de manera más directa de quienes arriban al país al momento de retirar sus maletas, ya que durante la espera el anuncio penetrará en la mente de los individuos y se mostrarán interesados en conocer la localidad de Mindo y las especies que posee. Se ha añadido un código QR para quienes no tengan conocimiento del idioma y con ayuda del teléfono móvil inteligente que actualmente la mayoría porta pueden escanear este código con sus celulares, lo cual les permitirá enlazarse directamente con la página web de la marca Aviturismo Mindo y de esta manera obtener más información adecuado a su idioma.

El mupi publicitario conlleva dos caras que se proyectarán de manera digital y tendrá un tamaño estandarizado con dimensiones de un metro veinte centímetros de ancho por un metro setenta y cinco centímetros de altura (1,20 x 1,75 cm) por cara, de las cuales una proporcionará información generalizada de Mindo y la segunda será para la exhibición de la oferta aviturística de este lugar. Su perfil es de aluminio lacado con pintura en polvo y cuya fijación es por medio de una placa de anclaje con pernos cementada. El costo aproximado para diseño del Mupi es de trescientos dieciséis dólares (\$316), la instalación y permiso de funcionamiento para el mismo es de quinientos dólares (\$500).

Mupi Publicitario (Diseño)



Figura 28. Diseño Mupi Publicitario

Mupi Publicitario (Aplicación)

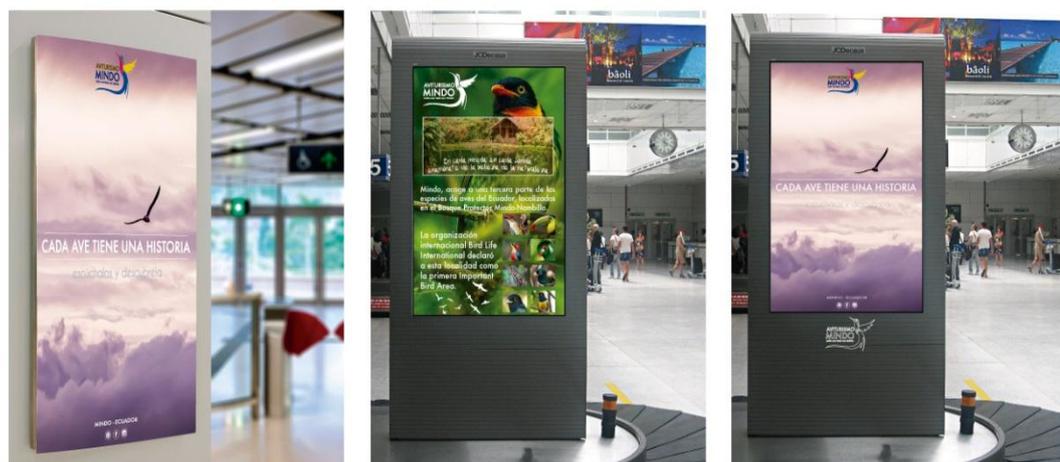


Figura 29. Diseño Mupi Publicitario en el aeropuerto

Estrategias de promoción para turistas nacionales y extranjeros

Libro fotográfico

La necesidad de difundir la riqueza natural de Mindo, se manifiesta en materializar un libro fotográfico en el cual se exhiban las distintas clases de especies de aves que posee la localidad y los lugares propios para su avistamiento. Por este medio se busca un registro gráfico que refleje los aspectos naturales que en ocasiones no son posibles de observar en el diario vivir, que a su vez cada imagen expuesta sea de aquello que figure como lo más representativo de la actividad aviturística que se oferta en Mindo.

La portada del libro está presentada con la imagen ya establecida para su promoción el logo Aviturismo en Mindo acompañado del eslogan “Cada ave tiene una historia”, las siguientes páginas están con imágenes distribuidas en todo su espacio, cuyas representaciones corresponden a la mayoría de aves que han sido observadas en la localidad, además de cada uno de los sitios específicos para la observación de estas especies.

Las personas que deseen el texto en físico, el libro tiene dimensiones de una hoja A4 (21 cm x 29,7) con orientación horizontal para la exposición de fotografías. Por otro lado las personas que quieran el libro en digital lo podrán obtener mediante un enlace que será publicado en la página web de Aviturismo en Mindo. Cada imagen es capturada a una resolución de alta calidad que no dañe su definición original y esta ocupa la mitad izquierda de una hoja con una descripción detallada que está ubicada en la parte derecha de la fotografía y viceversa.



Figura 30. Libro Fotográfico

Página web

Una de las estrategias más comunes de promoción es la creación de una página web con la cual se desea brindar información sobre la actividad aviturística que puede ser efectuada en la localidad de Mindo. En la investigación desarrollada se tiene a conocimiento que no existe un portal web sobre la diversidad de aves que posee el lugar de estudio y el equipamiento que se necesita para realizar esta actividad. Existen operadoras o establecimientos turísticos ubicadas en Mindo que manejan un portal web como parte de su publicidad pero no existe una promoción conjunta sobre lo que es Mindo y su riqueza en especies avifaunística. Por tanto, se propone incluir en la página web información general de Mindo como una de las áreas más importantes en la conservación de aves, un catálogo fotográfico de las aves que se pueden observar y establecimientos que ofrecen esta actividad al igual que el equipo que se requiere.

La herramienta para el desarrollo del portal es Wix cuyo link es <https://aviturismoenmindo.wixsite.com/aviturismoenmindo>, cuya página consta de seis pestañas descritas a continuación:

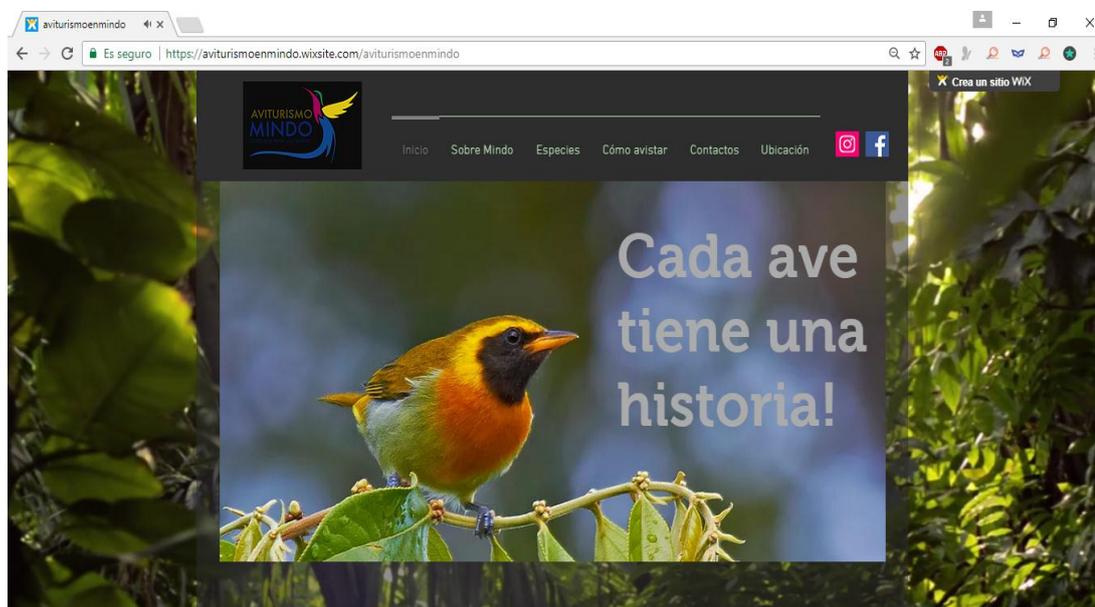


Figura 31. Portal de la página web de Mindo

La primera pestaña es “Inicio”, la cual es la portada principal de la publicidad de Mindo respecto al Aviturismo, se añade una breve información, servicios que oferta la parroquia y un video en el cual se visualiza las especies de aves que puede ser avistadas en este lugar.

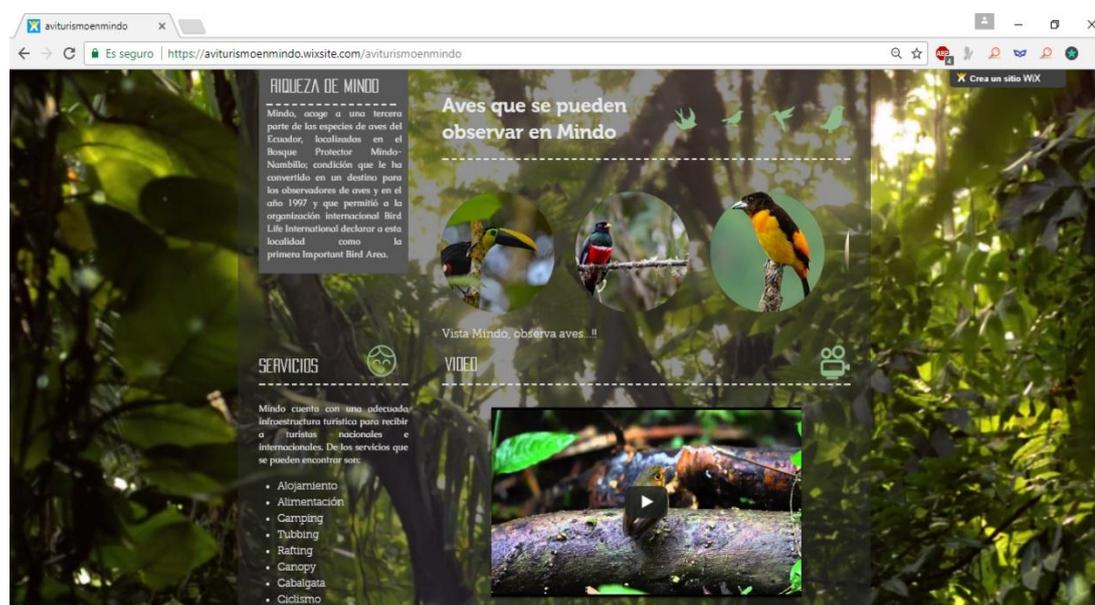


Figura 32. Pestaña “Inicio” de la página web

La segunda pestaña es “Sobre Mindo”, consta de datos específicos sobre la localidad en cuanto a observación de aves, la biodiversidad que posee y se proyecta un video representativo de lo que se vive en Mindo. Además, se publicará un enlace en el cuál se podrá descargar el libro fotográfico totalmente gratuito.



Figura 33. Pestaña “Sobre Mindo” de la página web

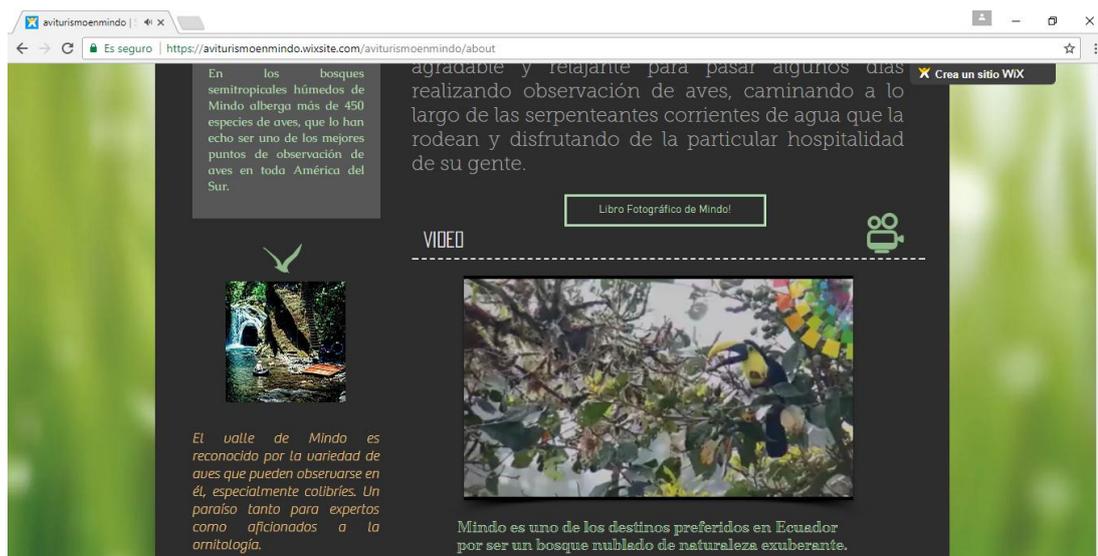


Figura 34. Pestaña “Sobre Mindo” de la página web

La tercera pestaña, “Especies”, se desplegarán varias imágenes de las aves principales que pueden ser observadas en el lugar junto con una breve descripción de cada una de ellas. Además, existe un botón donde el usuario al dar clic se desplegará una lista de todas las especies que han sido encontradas en Mindo.

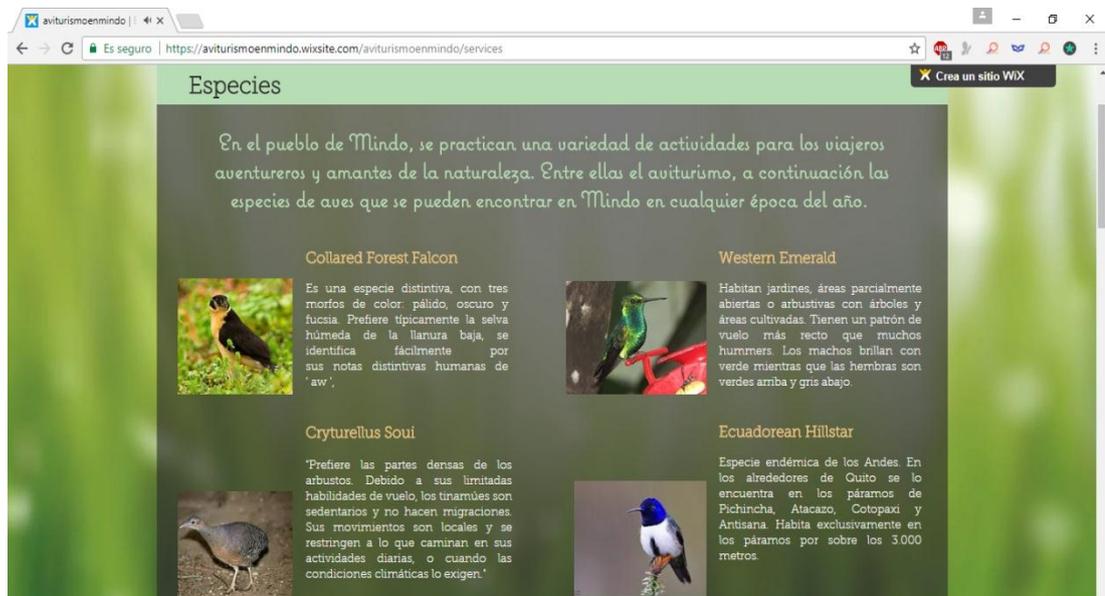


Figura 35. Pestaña “Especies” de la página web

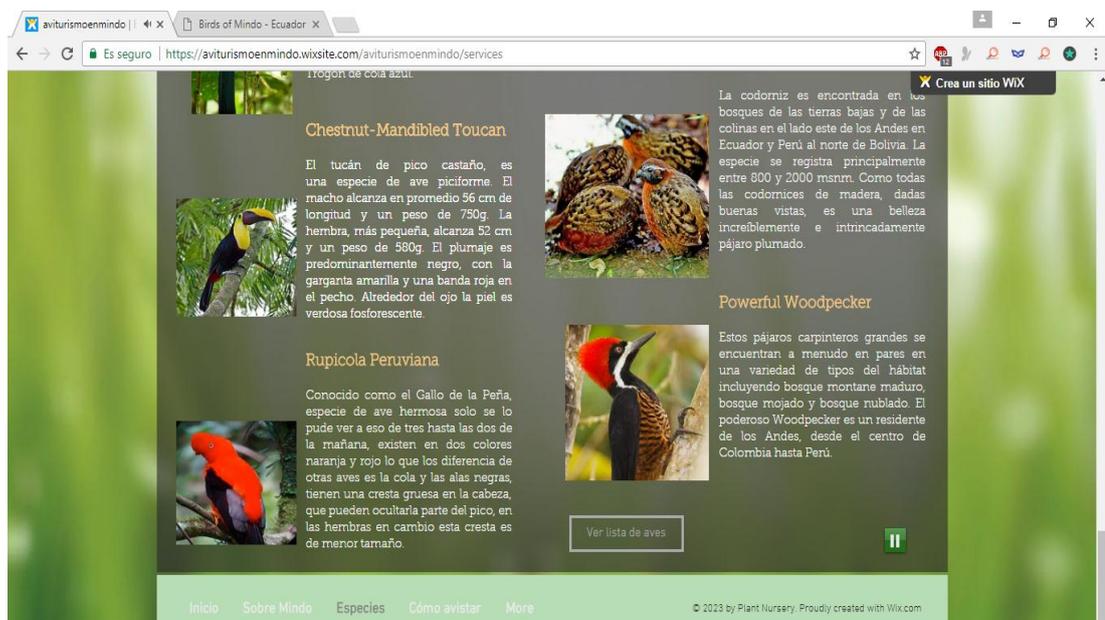


Figura 36. Pestaña “Especies” de la página web

Quinta pestaña, “Contactos”, incluyen dirección, teléfonos y email de los establecimientos y operadores turísticos que brindan el servicio y equipamiento para avistamiento de aves. Además, el usuario puede contactarse con el administrador de la página a través de un mensaje en privado desplegado al inicio de esta pestaña.

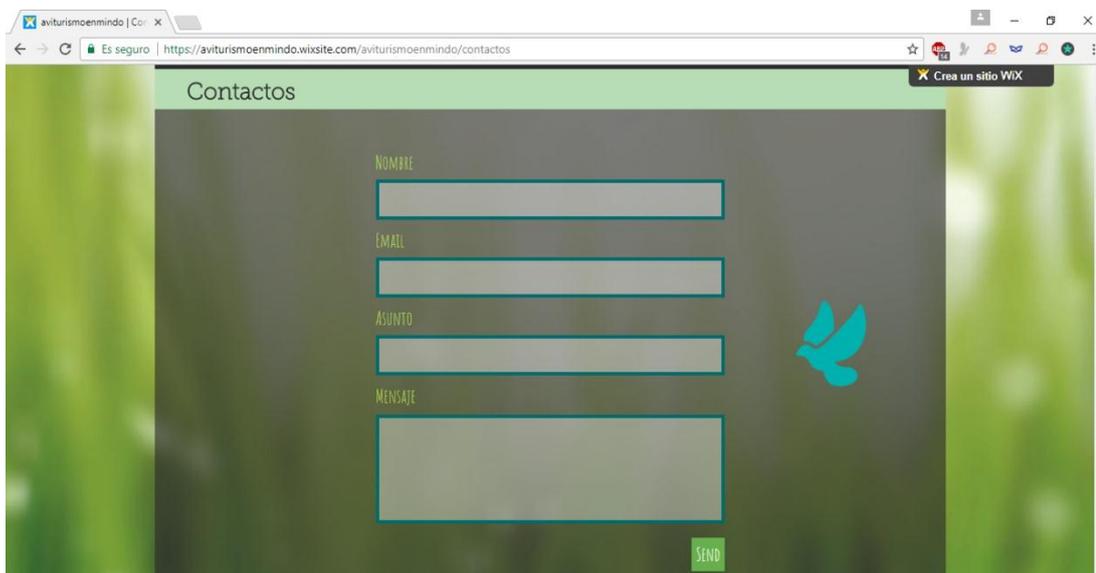


Figura 39. Pestaña “Contactos” de la página web

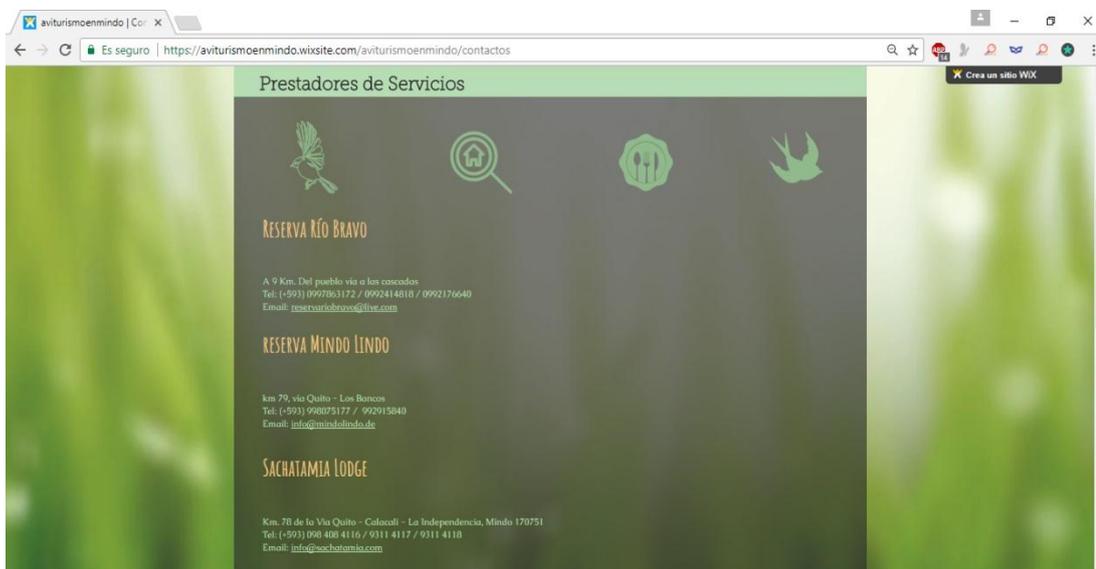


Figura 40. Contactos prestadores de servicio

Finalmente, “Ubicación”, se despliega un mapa donde el usuario pueda tomar en cuenta las rutas para llegar hacia Mindo.

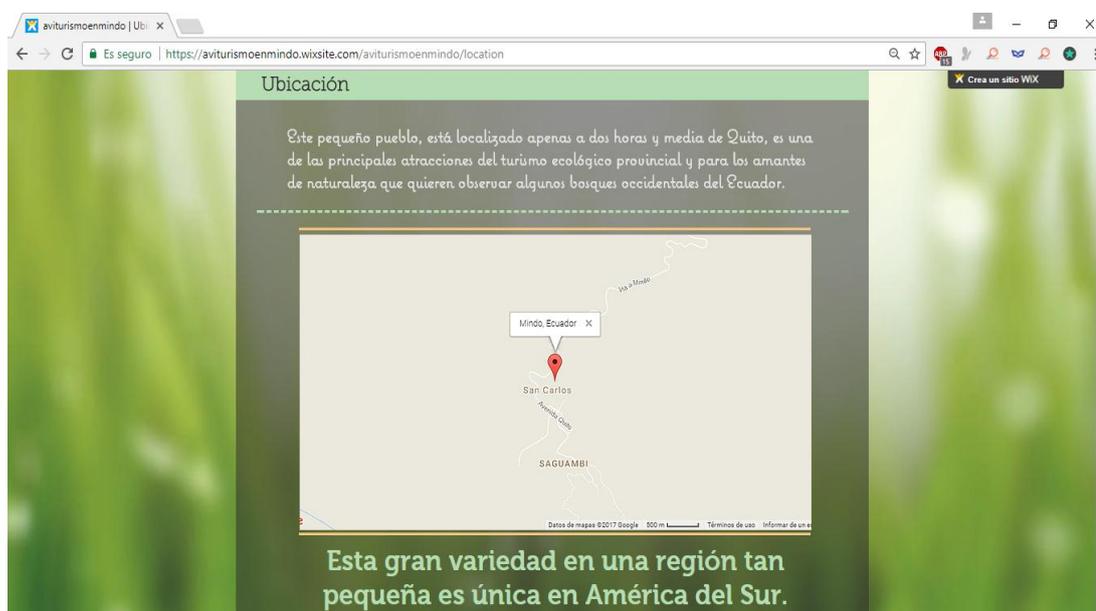


Figura 41. Pestaña "Ubicación"

Así mismo, se incluyen videos del avistamiento de aves y la tranquilidad que ofrece el entorno natural de Mindo, mostrándose como un lugar para descansar y evitar el estrés de lo monótono y ruidoso que es la vida en la ciudad. Se han incluido dos de las redes sociales más comunes a nivel mundial para promoción de esta actividad, las cuales son Facebook e Instagram.

Al igual que el cd promocional el slogan “Cada ave tiene una historia” estará publicada en todos las técnicas publicitarias para posicionar el Aviturismo de esta localidad.

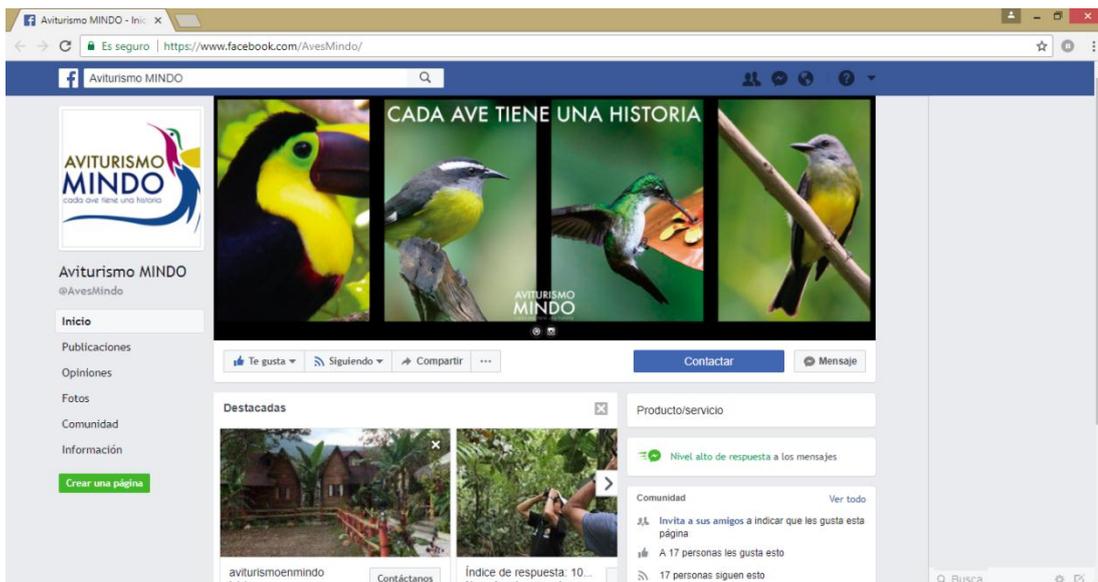


Figura 42. Fan Page en Facebook Aviturismo Mindo



Figura 43. Cuenta en Instagram Aviturismo Mindo

Evento: Feria Aviturística de Mindo

La idea de llegar a los turistas extranjeros que aún no conocen sobre los hermosos destinos que ofrece Ecuador, uno de ellos Mindo, se propone la organización de un evento de exposición turística en la que exclusivamente se promocióne Mindo y su oferta para aquellos que busquen actividades de ocio y relajación en contacto con la naturaleza, promoción que se hará por parte de operadores turísticos de Mindo y agencias de viajes dedicadas al Aviturismo. El evento es gratuito y es destinado a los embajadores que residen en el país, operadores turísticos, turistas nacionales y extranjeros, cuyo fin es el difundir cada uno de los atractivos con los que cuenta Mindo y en especial biodiversidad de especies que habitan en él y el Aviturismo que un individuo puede vivenciar como única experiencia en su visita.

El evento turístico pretende ser realizado en la Estación de tren Eloy Alfaro Tren Ecuador sector Chimbacalle, lugar donde se efectuará la presentación de la nueva marca Aviturismo en Mindo “Toda ave tiene una historia”, se proyectará un video en el que se podrá visualizar en qué consiste esta actividad de ocio y relajación, además del sitio web donde pueden adquirir mayor información e incluso esta puede ser difundida a las personas del exterior que deseen visitar un sitio de tranquilidad y agrado para sus familiares y amigos. No obstante, se colocarán varios stands en los que se exhibirá cada atractivo y actividad turística adicional a la observación de aves que puede ser realizada en Mindo. El auspiciante del evento será el Ministerio de Turismo, la principal entidad que dará la autorización y la promoción turística que se necesita para poder tener la suficiente demanda y oferta para la magnitud de esta feria.



Figura 44. Diseño Feria Aviturística de Mindo

Concurso de Fotografía

Tema

Aves del clima húmedo tropical de Mindo

Objetivo

El objetivo del concurso fotográfico es incentivar a todo el público a realizar Aviturismo en Mindo, a través de una exposición de fotos de aves y que en cada una de ellas se muestren la riqueza avifaunística del lugar para contribuir a la identificación de la parroquia como un lugar único para realizar esta actividad turística.

Participantes

Aficionados y/o profesionales nacionales y extranjeros.

Número de fotografías

El número de fotografías por cada participante será un máximo de dos.

Presentación e Identificación

Las fotografías deberán ser enviadas por internet al siguiente correo electrónico: aviturismoenmind@outlook.es, el formato con el que receptorá las fotos debe ser en JPG, a una resolución de 700 píxeles o 950 píxeles, cada uno de estas tiene que estar identificada con el nombre completo del participante, número de cédula, como se encuentra en Facebook, número de teléfono celular, y título de la fotografía.

Premios

Para las tres fotografías ganadoras se entregarán estos reconocimientos:

Para el primero lugar: \$600, más un taller de técnicas de avistamiento de aves, 1CD Aves de Mindo y 1 Libro de Aves de Mindo.

Para el segundo lugar: \$400, más un taller de técnicas de avistamiento de aves y 1CD Aves de Mindo.

Para el tercer lugar: \$200 más un 1CD Aves de Mindo.

La publicación de las fotografías se lo harán el día de la premiación es por eso que todos los concursantes deben estar pendientes y asistir al evento final. A continuación la publicidad del concurso de fotografía. La entidad que auspiciará el concurso fotográfico será en Ministerio de Turismo, importante autoridad que colaborará con la promoción del evento.

1º CONCURSO FOTOGRAFICO
Aves del clima húmedo tropical de Mindo.

Inscripción: Del 1 al 20 de Agosto (Gratis)

Participantes: Aficionados y/o Profesionales

Fotografías: 2 fotos inéditas por participante

Premiación: Septiembre 12

1º Puesto	600\$ + 1 Taller + 1 CD Aves Mindo + 1 Libro de Aves en Mindo
2º Puesto	400\$ + 1 Taller + 1 CD Aves Mindo
3º Puesto	200\$ + 1 CD Aves Mindo

Inscripciones
aviturismoznmindo@outlook.es

Logos: Ministerio de Turismo, AVITURISMO MINDO, Ecuador

Figura 45. Diseño de publicidad Concurso de Fotografía Aves de Mindo

Press Trip

El viaje de prensa es una de las alternativas más beneficiosas para que un destino turístico sea conocido, que pueden generar mayor audiencia ya que se mostrarán los atributos que posee el lugar que se desea dar a conocer. Tal estrategia se pretende realizar con la colaboración de National Geographic.

Invitación a National Geographic

Con el propósito de dar a conocer la innumerable riqueza natural del país a través de la localidad de Mindo, se propone la idea de hacer una invitación a la organización internacional de educación en ciencia a realizar investigaciones sobre la diversidad avifaunística de este lugar, un seguimiento de cada una de estas especies con el cual pueda mostrar estilos de vida, fisonomía y hábitat de las distintas aves localizadas en este sitio.

La invitación debe ser organizada por la asociación de guías naturalistas de Mindo, las autoridades de turismo, establecimientos hoteleros y operadoras turísticas, cuyo fin es brindar atención a los invitados de esta organización internacional para que su estancia sea cómoda, además que se involucren mayormente en la investigación de estas especies y cause gran impacto a nivel mundial. Para ello, se enviará un correo a la Organización adjuntando el video y URL del sitio web de la nueva marca para Mindo y de esta forma inducir a Nacional Geographic que esta localidad es digna de ser investigada por la riqueza natural que posee.

4.2 Restricciones presentadas en la realización del proyecto de investigación

En el transcurso de la investigación, se obtuvo limitaciones respecto a los datos estadísticos de los turistas nacionales y extranjeros que visitan Mindo, por lo tanto se desconoce qué actividades son los que más realizan y que lugares turísticos son los que mayor frecuentan, información que debía ser proporcionada por la oficina de turismo que se encuentra en el centro de la parroquia y que no pudieron ser obtenidos por su falta de iniciativa para realizar estos estudios.

Otra de las restricciones que se tuvo fue no tener acceso a las diferentes opiniones de los encargados de las reservas y establecimientos privados, que ofertan la actividad aviturística, ya que manifestaban poca disponibilidad de tiempo o que no se encontraban en la localidad. Y las reuniones con cada uno de ellos eran postergadas en plazos muy extensos y que finalmente nunca llegaron a efectuarse.

Para evidenciar como los turistas viven esta experiencia de realizar Aviturismo, se pidió a los guías poder acompañarlos a una de sus rutas, la cual fue negada, ya que indicaron que los turistas extranjeros que son quienes más realizan esta actividad prefieren su tour en privado para su mayor concentración, comodidad y espacio.

4.3 Propuesta para nuevos proyectos de investigación

- Estudio del Aviturismo en otras parroquias para formar una red aviturística a nivel nacional.
- Estudio de un sistema de manejo de visitantes que realizan Aviturismo para una mejor conservación de las áreas naturales de la parroquia.

- Estudio sobre la sostenibilidad de las actividades turísticas realizadas en la parroquia de Mindo, y su impacto en la práctica del Aviturismo.
- Elaboración de un manual de buenas prácticas para la actividad de observación de aves en Mindo.

4.4 Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Mindo es una parroquia de importancia turística ya que a su alrededor se encuentra gran variedad de fauna y flora, además de su cercanía con la ciudad de Quito. Mindo puede ser considerado un destino líder natural para aquellos que gustan de la observación de aves ya que posee varios lugares para realizar la actividad aviturística y aunque este lugar es reconocido internacionalmente como una de las principales áreas de conservación de especies de aves, el Aviturismo no tiene un reconocimiento acertado en los turistas nacionales y extranjeros, debido a falencias en su publicidad que deben generar gran impacto y llegar a las personas amantes de la naturaleza a interesarse por descubrir la riqueza avifaunística que posee Mindo.

Por medio de un instrumento de recolección de datos se pudo determinar que el nivel de predisposición de los turistas nacionales y extranjeros es alta, encontrándose interesados en realizar Aviturismo en la parroquia de Mindo, además de apoyar la propuesta con la combinación de esta actividad con otras, como por ejemplo; visitar los jardines de orquídeas, realizar algunos deportes extremos y de aventura, degustar de algunas delicias gastronómicas y comprar artesanías realizadas por moradores de la comunidad.

Mindo es un lugar de gran riqueza y así como Galápagos posee fantásticas especies de fauna y flora que necesitan ser valoradas y conservadas por los moradores de la localidad, visitantes y prestadores de servicios. Sin embargo, de acuerdo al estudio realizado se obtiene que los intereses y preferencias por parte de los turistas que visitan Mindo están divididos en dos tipos de turismo: de aventura y el turismo ecológico.

Recomendaciones

Se recomienda principalmente la promoción turística de Mindo por parte del Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente como un destino natural para la observación de aves, se cree que la publicidad es utilizada para captar más público es por eso que al hacer una propagación de este paraíso natural en medios de comunicación más comunes y a través de eventos de turismo como ferias aviturísticas y concursos de fotografías de aves se obtendrá mayor ingreso de visitantes al Ecuador y por ende a Mindo.

Los guías son las personas encargadas de exponer toda la riqueza natural y cultural que tiene la parroquia, además que son aquellas que tienen contacto directo con los turistas nacionales y extranjeros personas que necesitan de un servicio de calidad, por lo tanto es necesario incluir en sus paquetes actividades combinadas entre aventura y turismo ecológico para un mejor dinamismo en los tours contratados para generar una mayor expectativa al visitante y tener como resultado clientes complacidos.

Se sugiere establecer medidas de conservación ambiental tomando como ejemplo a Galápagos, es decir que tanto el Gobierno descentralizado de Mindo, Ministerio del Ambiente como el Ministerio de Turismo cuenten con mayor coordinación respecto a la gestión turística que se maneja en este lugar, ya que carecen de datos estadísticos como la cantidad de turistas que visitan la parroquia y sus atractivos, lo cual no permite establecer métodos para controlar la capacidad de carga de los mismos y esto puede afectar al ecosistema ocasionando la ausencia de ciertas especies vulnerables al ruido y presencia de las personas.

Actualmente el Ministerio de Turismo dentro de sus programas institucionales se encuentra organizando un proceso para la obtención de licencia de guías locales, guías nacionales de turismo y guías especializados. Se invita a los guías de aves que se encuentran laborando en esta actividad aviturística se proyecten en obtener la licencia ya que será un documento avalado que servirá como sustento en sus movimientos de trabajo. Además, es recomendable que las autoridades proporcionen capacitaciones para un mejor manejo en el servicio que se les brinda a los turistas por parte de los operadores y guías turísticos de la localidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, V. (Octubre de 2010). *Nuestra Comunidad*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de <http://nuestra-comunidad.blogspot.com/p/la-parroquia.html>
- Ávila, B., & Barrado, D. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. Madrid, España. Recuperado el 18 de Agosto de 2016, de <file:///C:/Users/Estudiante/Downloads/18541-88621-1-PB.pdf>
- CANAECO. (11 de Julio de 2016). *Cámara Nacional de Ecoturismo y Turismo Sostenible de Costa Rica*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2016, de <http://www.canaeco.org/index.php/nosotros/que-es-ecoturismo-y-turismo-sostenible>
- Carpio, D., & Sánchez, K. (2013). *Plan de mejoramiento de los servicios turísticos de la parroquia de Mindo ubicada en el cantón San Miguel de los Bancos, Provincia de Pichincha*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Quito. Recuperado el 02 de Marzo de 2017, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6716/1/T-ESPE-057123>
- Cobre, E., Covarrubias, R., & Carrión, I. (Septiembre de 2010). Evaluación del posicionamiento turístico de un destino, Caso Manzanillo, México. *TuryDes Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 5. Recuperado el 07 de Diciembre de 2016
- Conde, E., Covarrubias, R., & Carreón, A. (Septiembre de 2010). *TuryDes. Revista de investigación en turismo y desarrollo local*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de Evaluación del posicionamiento turístico de un destino, Caso Manzanillo, México: <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/prf.htm>
- Durán, V. (10 de Marzo de 2017). Información general de Mindo. (J. A. Muñoz Palacios, & E. J. Rivera Caiza, Entrevistadores)
- ECOTUR. (2014). Recuperado el 12 de Enero de 2017, de Ecoturismo: http://www.ecotur.es/ecoturismo/ecoturismo/definicion-del-ecoturismo_4318_2483_4723_0_1_in.html
- Ecuavisa. (29 de Abril de 2014). *Ecuavisa*. Recuperado el 13 de Febrero de 2017, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/59639-ecuador-alberga-17-aves-del-mundo-como-lugar-ideal-avistamiento>
- EcuRed. (Diciembre de 2016). *EcuRed*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Reserva_Ecol%C3%B3gica
- Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo Sostenible del Aviturismo en Ecuador*. (11 de Julio de 2016). Obtenido de

http://www.ecociencia.org/archivos/ecuador_estrategia_aviturismo-100226.pdf

- Gallegos, M. (Abril de 2012). Posicionamiento de una marca artesanal con calidad, servicio y rentabilidad en el mercado de calzado femenino en la ciudad de Quito, caso aplicativo Calzado Baldeón. Sangolquí. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/5178>
- González, J. (28 de Junio de 2012). *Think & Sell*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de Las 7 dimensiones del Branding: IV. El posicionamiento de marca: <http://thinkandsell.com/blog/las-7-dimensiones-del-branding-iv-el-posicionamiento-de-marca/>
- Granizo, T. (2002). *Libro rojo de las aves del Ecuador*. Quito: Simbioe. Recuperado el 14 de Febrero de 2017
- Lazo, L. (2006). Niveles de posicionamiento de marca a nivel internacional. *Contabilidad y Negocios*, 36-40. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016
- Macchiavello Aldave, A. A., & Padilla Laderas, S. G. (2016). *Repositorio UNIFE*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2016, de <http://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/215/Macchiavello%20Aldave,%20Andrea%20Aracely.pdf?sequence=1>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). México, México. Recuperado el 2016, de <http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf>
- Meahs Team System. (2014). Posicionamiento: la batalla por su mente (resumen). 04. Recuperado el 07 de Diciembre de 2016, de <http://m.mahsteamsystem.info/upload/Posicionamiento%20la%20batalla%20por%20su%20mente.pdf>
- Méndez Morales, J. S. (2004). *Economía y la Empresa*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016
- Mindo Cloud Forest. (Junio de 2006). *Estrategia nacional para el manejo y desarrollo sostenible del aviturismo en Ecuador*. Recuperado el 12 de Enero de 2017, de <http://mindocloudforest.org/wp-content/uploads/2015/05/Binder1.pdf>
- Ministerio de Finanzas del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Obtenido de Asamblea Nacional del Ecuador: http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERRITORIAL.pdf
- Ministerio de turismo. (Junio de 2006). *Estrategia nacional para el manejo y desarrollo sostenible del aviturismo en el Ecuador*. Recuperado el 20 de Enero de 2017, de

<http://suia.ambiente.gob.ec/documents/783967/891135/Estrategia+Nacional+para+el+Manejo+y+Desarrollo+Sostenible+del+Aviturismo+en+Ecuador.pdf/f/8d140ea4-b97e-42c7-b465-ddc4a4a509a7;jsessionid=IE9SJ6NABQGKCs7qKnebgvY>

Ministerio de Turismo. (16 de Septiembre de 2011). *Reglamento de actividades turísticas*. Recuperado el 06 de Diciembre de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>

Ministerio de Turismo. (s/f). *Ministerio de turismo*. Recuperado el 12 de Enero de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/mindo-sede-de-tercera-reunion-ecuatoriana-de-ornitologia/>: <http://www.turismo.gob.ec/mindo-sede-de-tercera-reunion-ecuatoriana-de-ornitologia/>

Montañez, C., & Landívar, J. (2003). *El potencial de la Reserva Ecológica Manglares Churute (REMCH) como destino aviturismo en la costa ecuatoriana*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Recuperado el 02 de Marzo de 2016, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1572/3114.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moraño, X. (14 de Octubre de 2010). *Marketing y Consumo*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2016, de <http://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>

Navarrete, L. (2010). *Birds in Ecuador*. Recuperado el 09 de Febrero de 2017, de <http://birdsinecuador.com/es/capitulo-1/item/105-114-distribuci%C3%B3n-de-las-aves-en-las-regiones-geogr%C3%A1ficas-ecuatorianas>

Organización Mundial de Turismo. (2009). Conclusiones al seminario internacional: "Respuestas del Turismo Mundial a los Nuevos Retos de la PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 137-140.

Organización Mundial de Turismo. (2016). *OMT*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2016, de <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossarysp.pdf>

Peña, G. (15 de Mayo de 2002). *GestioPolis*. Recuperado el 07 de Diciembre de 2016, de Posicionamiento de Al Ries y Jack Trout. Resumen: <http://www.gestiopolis.com/posicionamiento-de-al-ries-y-jack-trout-resumen/>

Philip, K., & Gary, A. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*. México: Pearson. Recuperado el 07 de Diciembre de 2016, de http://www.adizesca.com/site/assets/me-fundamentos_de_mercadotecnia-ar.pdf

Pope, J. (2002). *Investigación de mercados*. Colombia: Grupo Norma. Recuperado el 08 de Diciembre de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=AsqGDVRGwCUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San José. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=RdrDv_52LmYC&printsec=frontcover&dq=clasificacion+de+turismo&hl=es&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMIxPOWyKOLyQIVRUUmCh2OgQjz#v=onepage&q&f=false
- Quitio, S. (Mayo de 2014). Posicionamiento del Hotel Samari Confort ubicado en el terminal terrestre de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Sangolquí. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9550/1/T-ESPE-048543.pdf>
- Salas Correa, A. D. (2014). *Repositorio digital de la Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 14 de Febrero de 2017, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2653/1/T-UCE-0004-21.pdf>
- Sancho, A. (26 de Febrero de 1994). *Introducción al Turismo*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2016, de <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>
- Segura, A. (Diciembre de 2014). Estrategia de Posicionamiento social para el programa de acogimiento institucional de niños y adolescentes. Sangolquí. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/10354>
- Sociedad Internacional de Ecoturismo*. (11 de Julio de 2016). Obtenido de TIES: The International Ecotourism Society: <http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-espa%C3%B1ol>
- Stanton, W. (1999). *Fundamentos de Marketing, Mc Graw Hill* (10 ed.). Madrid, España. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5021/6/UPS-QT02386.pdf>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Universidad Nacional del Mar de Plata, Mar de Plata. Recuperado el 02 de Marzo de 2017, de http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Villao, J. (10 de Octubre de 2013). *Blog Fundamentos de Economía*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2016, de <http://josevillaov.blogspot.com/2013/10/piramide-de-maslow.html>
- Villarejo Ramos, A. (2002). *AEDEM- Virtual*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2016, de <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v08/083013.pdf>

Zurtita Cevallos, C. E. (Julio de 2013). *Repositorio UTE*. Recuperado el 10 de
Febrero de 2017, de
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13449/1/53154_1.pdf