



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

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

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**AUTORES: DOMÍNGUEZ CARRILLO, SONIA ESTEFANÍA
REINOSO VALENCIA, LUIS ANDRÉS**

**TEMA: PLAN DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE
PICHINCHA**

**DIRECTOR: MSC. HUARACA, LUIS
CODIRECTOR: MSC. PAVÓN, MARIANA**

QUITO, ENERO 2014

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE

Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

CERTIFICADO**DIRECTOR:** Msc. Luis Huaraca**CODIRECTOR:** Msc. Mariana Pavón**CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “PLAN DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA” realizado por Sonia Estefanía Domínguez Carrillo y Luis Andrés Reinoso Valencia, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

Debido a que se han cumplido con las condiciones y parámetros establecidos para la realización de la presente investigación, se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Sonia Estefanía Domínguez Carrillo y Luis Andrés Reinoso Valencia que lo entreguen a, Esp. Gustavo Paladines, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, Enero del 2014

Msc. Luis Huaraca
DIRECTOR

Msc. Mariana Pavón
CODIRECTORA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE

Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Sonia Estefanía Domínguez Carrillo

Luis Andrés Reinoso Valencia

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “PLAN DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, haciendo referencia a las fuentes bibliográficas consultadas, las mismas que se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Enero del 2014

Sonia Estefanía Domínguez Carrillo

Luis Andrés Reinoso Valencia

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE

Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Sonia Estefanía Domínguez Carrillo y Luis Andrés Reinoso
Valencia

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “PLAN DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Enero del 2014

Sonia Estefanía Domínguez Carrillo

Luis Andrés Reinoso Valencia

DEDICATORIA

La realización de esta tesis la dedico a mis padres Sonia y Patricio que sin ellos no lo hubiese logrado ya que siempre han estado incondicionalmente y han apoyado a lo largo de mi vida.

El esfuerzo no es solo mío es de todas las personas que a lo largo de estos casi 2 años me han apoyado con la elaboración de este objetivo que han estado presentes de una u otra forma, ayudándome a cumplir una de mis metas ya que esto es solo el inicio de grandes retos que se presentaran en el futuro.

ESTEFANÍA DOMÍNGUEZ

DEDICATORIA

A mis padres Luis y Yolanda que me dieron la vida, que siempre me han brindado su amor y cariño, que han sido mi apoyo incondicional, y que han sabido inculcarme valores y virtudes para llegar a ser un hombre de bien para la sociedad.

A mis hermanos Francisco y Majito que a pesar de las diferentes dificultades hemos llegado a ser los mejores amigos y confidentes, que siempre estaremos ahí apoyándonos y superando las adversidades que se nos presenten en la vida.

A mis sobrinos Jemilita y Leo que gracias a ellos la familia va creciendo y que son esas pequeñas personitas que llenan de alegría día a día al hogar.

A mi abuelito querido Papá Beto que siempre estuvo apoyándome en a pesar de muchas adversidades, que con sus sabios consejos me enseñó que de los errores se aprende y que la familia es lo mas importante en la vida.

A mis familiares que me de una u otra forma me han brindado su apoyo demostrando así que la familia es el pilar fundamental en la vida y que siempre estaremos ahí para apoyarnos unos a otros.

A mis amigos y amigas con los que he compartido muchas experiencias buenas y malas pero que han servido para poder conocer el verdadero significado de una amistad y que a lo largo de este tiempo se han convertido en mi segunda familia.

ANDRÉS REINOSO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que han sabido orientarme y apoyarme a lo largo de mi vida, con su ejemplo y amor en todos los momentos. Que han apoyado mis buenos y malos momentos y han sabido estar ahí cuando más los he necesitado.

A toda mi familia que de una u otra forma me han ayudado con la realización de esta tesis, a mi hermano a mis tías, tíos y primos que han sabido impulsarme para que cumpla mis objetivos y que a lo largo de mi vida han estado en cada uno de los momentos que las y los he necesitado.

A mis amigos que aunque los conozco hace poco han demostrado que puedo confiar en ellos incondicionalmente.

Agradezco a mi compañero de tesis que juntos logramos culminar esta meta, a mis profesores que a lo largo de la carrera han estado presentes en especial a mi director y codirectora de tesis y por ultimo al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mejía por la información otorgada y por el apoyo que han brindado para la elaboración de esta tesis.

ESTEFANÍA DOMÍNGUEZ

AGRADECIMIENTO

A DIOS padre todopoderoso porque a pesar de mis pecados ha sabido perdonarme y darme salud y vida, para poder vencer las adversidades nunca darme por vencido y llegar a cumplir los objetivos que me he trazado.

A mis padres que siempre han querido mi superación, que nunca han dado las espaldas que gracias a sus consejos y apoyo no me he dado por vencido y gracias a ellos hoy culmino esta etapa.

A mis hermanos por siempre motivarme y brindándome su apoyo para llegar a cumplir esta meta.

A mi compañera de tesis por siempre brindarme su apoyo y nunca darse por vencida en este gran reto que nos trazamos.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE y a mis maestros por los conocimientos y valores aprendidos a lo largo de mi etapa estudiantil.

A mi director y codirector de tesis Msc. Luis Huaraca y Msc. Mariana Pavón por los conocimientos aportados y por la colaboración para realizar la presente tesis.

Al Gobierno autónomo descentralizado del Cantón Mejía por la información y el apoyo brindado para desarrollar esta tesis.

ANDRÉS REINOSO

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 MARCO TEÓRICO.....	1
1.1.1 PLAN DE MARKETING	1
1.1.1.1 ELEMENTOS DEL PLAN DE MARKETING	2
1.1.2 PLAN DE MARKETING TURÍSTICO	3
1.1.2.1 FORMULACIÓN DEL PLAN	4
1.1.2.1.1 ¿QUÉ PRODUCTOS TURÍSTICOS VAMOS A VENDER?.	4
1.1.2.1.2 ¿CÓMO HACER LA PROMOCIÓN TURÍSTICA?.....	4
1.1.2.1.3 ¿CÓMO VENDER EL PRODUCTO TURÍSTICO?	4
1.1.2.1.4 ¿COMÓ FINANCIAR LA OPERACIÓN TURÍSTICA?	4
1.1.3 ANTECEDENTES	4
1.1.3.1 HISTORIA DEL TURISMO EN EL ECUADOR	4
1.1.3.2 TURISMO EN EL ECUADOR	6
1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	7
CONCEPTOS GENERALES.....	7
1.3 MARCO REFERENCIAL.....	16
1.3.1 REFERENCIA 1	16
1.3.2 REFERENCIA 2.....	18
1.4 MARCO LEGAL	19
1.4.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	19
1.4.2 LEY DE TURISMO.....	19
1.4.3 PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE DE ECUADOR 2020 (PLANDETUR 2020).....	19
1.4.4 PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2009-2013.....	20
1.4.5 CATASTRO TURÍSTICO	20
CAPÍTULO II.....	22
DIAGNÓSTICO.....	22
2.1 MACROENTORNO.....	22
2.1.1 FACTOR GEOGRÁFICO	22
2.1.1.1 LÍMITES	23
2.1.1.2 REGIONES	23
2.1.1.3. POBLACIÓN	24
2.1.1.4 CLIMA.....	24
2.1.2. FACTOR SOCIAL	25
2.1.3. FACTOR ECONÓMICO.....	26
2.1.3.1. TURISMO	27

2.1.3.2.	CANASTA BÁSICA.....	27
2.1.3.3.	SUELDO BÁSICO.....	28
2.1.3.4	PIB.....	28
2.1.3.4.1.	PIB TURÍSTICO.....	30
2.1.3.5	INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.....	31
2.1.3.6	SALIDA DE ECUATORIANOS AL EXTERIOR.....	31
2.1.3.7	PEA.....	32
2.1.4	FACTOR DEMOGRÁFICO.....	33
2.1.5	FACTOR TECNOLÓGICO.....	33
2.1	MICROENTORNO.....	34
2.2.1.	ANTECEDENTES.....	34
2.2.2.	UBICACIÓN.....	35
2.2.2.1	LÍMITES.....	35
2.2.2.2	ASPECTOS FÍSICOS.....	36
2.2.2.3	OROGRAFÍA.....	36
2.2.2.4	GEOLOGÍA.....	36
2.2.2.5	HIDROGRAFÍA.....	37
2.2.2.6	DIVISIÓN POLÍTICA.....	37
2.2.3.	POBLACIÓN.....	39
2.2.4	EDUCACIÓN.....	40
2.2.5	POBREZA.....	40
2.2.6	SALUD.....	41
2.2.7	ECONOMÍA DEL CANTÓN MEJÍA.....	41
2.2.8	TURISMO EN EL CANTÓN MEJÍA.....	42
2.2.8.1	CLASIFICACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS.....	42
2.2.9	GASTRONOMÍA.....	44
2.2.10	PROVEEDORES.....	52
2.2.11	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	57
2.2.11.1	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
2.2.11.2	FÓRMULA.....	57
2.2.11.3	DESARROLLO.....	57
2.2.12	ENCUESTA.....	58
2.2.12.1	TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN.....	59
2.2.12.2	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA:.....	83
2.2.13	ANÁLISIS FODA.....	86
	CAPÍTULO III.....	87
	PROPUESTA.....	87
3.1.	ORGANIZACIÓN.....	87
3.1.1.	MISIÓN.....	87
3.1.2	VISIÓN.....	87
3.1.3	OBJETIVOS INSTITUCIONALES.....	87
3.1.4	VALORES.....	88

3.1.5 PRINCIPIOS	90
3.1.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CANTÓN MEJÍA.....	93
3.2 MARCO LÓGICO	94
3.2.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	94
3.2.2. ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	95
3.2.3. MATRIZ DE INVOLUCRADOS	96
3.2.4. MATRIZ DE MARCO LÓGICO	98
3.3 PLAN DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CANTÓN MEJÍA	100
3.3.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING	100
3.3.2 ESTRATEGIAS.....	100
3.3.2.1 INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MEJÍA.	101
3.3.2.2 MARCA TURÍSTICA (logotipo y slogan).....	126
3.3.2.3 PUBLICIDAD	132
3.3.2.3.1 PÁGINA WEB	132
3.3.2.3.2 VALLAS PUBLICITARIAS.....	134
3.3.2.3.3 MAILING	136
3.3.2.3.4 PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO	137
3.3.2.3.5 AFICHES	138
3.3.2.3.6 TRÍPTICOS.....	139
3.3.2.3.7 PAUTAJE EN RED SOCIAL (FACEBOOK).....	143
3.3.2.3.8 VOLANTES.....	144
3.3.2.3.9 CAMISETAS Y GORRAS	145
3.3.2.3.10 PRESUPUESTO GENERAL REFERENCIAL DE PUBLICIDAD	146
3.3.2.4 PAQUETES TURÍSTICOS.....	146
3.3.2.4.1 PAQUETE TURÍSTICO “MACHACHI EXPRESS” 1DÍA	147
3.3.2.4.2 PAQUETE TURÍSTICO “AVENTURA EN EL PASOCHOA” 2D/1N	151
3.3.2.4.3 PAQUETE TURÍSTICO “HACIENDAS EXTREMAS”2D/1N.....	155
3.3.2.5 CAPACITACIONES A LOS PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO.....	160
3.3.3 CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	166
CAPÍTULO IV.....	168
4.1 CONCLUSIONES	168
4.2 RECOMENDACIONES	170
BIBLIOGRAFÍA:	172

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: MAPA DEL ECUADOR	22
ILUSTRACIÓN 2: MAPA DEL CANTÓN MEJÍA	34
ILUSTRACIÓN 3: IGLESIA MATRIZ DE MACHACHI.....	102
ILUSTRACIÓN 4: FERIA DOMINICAL DE MACHACHI	103
ILUSTRACIÓN 5: FUENTES DE TESALIA	104
ILUSTRACIÓN 6: RUTA TURÍSTICA AVENIDA DE LOS VOLCANES	105
ILUSTRACIÓN 7: PARQUE NACIONAL COTOPAXI	106
ILUSTRACIÓN 8: VOLCÁN SINCHOLAGUA	107
ILUSTRACIÓN 9: VOLCÁN RUMIÑAHUI.....	108
ILUSTRACIÓN 10: SANTUARIO DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES	109
ILUSTRACIÓN 11: ESTACIÓN DEL TREN ALOASÍ.....	110
ILUSTRACIÓN 12: VOLCÁN EL CORAZÓN.....	111
ILUSTRACIÓN 13: BOSQUE PROTECTOR UMBRÍA	112
ILUSTRACIÓN 14: RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS.....	113
ILUSTRACIÓN 15: IGLESIA DE UYUMBICHO	114
ILUSTRACIÓN 16: REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA	115
ILUSTRACIÓN 17: ESTACIÓN DEL TREN TAMBILLO	116
ILUSTRACIÓN 18: VOLCÁN ATACAZO	117
ILUSTRACIÓN 19: INIAP	118
ILUSTRACIÓN 20: SEÑOR DE EL CASANTO.....	119
ILUSTRACIÓN 21: CERRO LA VIUDITA	120
ILUSTRACIÓN 22: BOSQUE HACIENDA BOMBOLI.....	121
ILUSTRACIÓN 23: BOSQUE TOACHI - PILATÓN.....	122
ILUSTRACIÓN 24: CASCADA NAPAC	123
ILUSTRACIÓN 25: CARA DEL DIABLO.....	124
ILUSTRACIÓN 26: ESTACIÓN BIOLÓGICA LA HESPERIA	125
ILUSTRACIÓN 27: MANUAL DE APLICACIONES.....	127
ILUSTRACIÓN 28: CONSTRUCCIÓN.....	127
ILUSTRACIÓN 29: LOGOTIPO.....	128
ILUSTRACIÓN 30: TIPOGRAFÍA.....	128
ILUSTRACIÓN 31: ÁREA DE INVASIÓN.....	129
ILUSTRACIÓN 32: APLICACIONES PERMITIDAS.....	129
ILUSTRACIÓN 33: PÁGINA WEB	132
ILUSTRACIÓN 34: VALLA DE BIENVENIDA	134

ILUSTRACIÓN 35: VALLA DE DESPEDIDA	135
ILUSTRACIÓN 36: MAILING	136
ILUSTRACIÓN 37: PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE	137
ILUSTRACIÓN 38: AFICHES	138
ILUSTRACIÓN 39: TRÍPTICO TIRO.....	139
ILUSTRACIÓN 40: TRÍPTICO RETIRO.....	141
ILUSTRACIÓN 41: PAUTAJE RED SOCIAL FACEBOOK	143
ILUSTRACIÓN 42: VOLANTES.....	144
ILUSTRACIÓN 43: CAMISETAS Y GORRAS	145
ILUSTRACIÓN 44: RUTA PAQUETE TURÍSTICO “MACHACHI EXPRESS”	147
ILUSTRACIÓN 45: RUTA PAQUETE TURÍSTICO “AVENTURA EN EL PASOCHOA”	151
ILUSTRACIÓN 46: RUTA PAQUETE TURÍSTICO “HACIENDAS EXTREMAS”	155

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: LIMITES DEL ECUADOR.....	23
TABLA 2: REGIONES.....	23
TABLA 3: FACTOR DEMOGRÁFICO.....	33
TABLA 4: LIMITES.....	35
TABLA 5: ASPECTOS FÍSICOS.....	36
TABLA 6: CLASIFICACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS	43
TABLA 7: GASTRONOMÍA.....	51
TABLA 8: PROVEEDORES HOSPEDAJE	54
TABLA 9: PROVEEDORES ALIMENTACIÓN	55
TABLA 10: PROVEEDORES SERVICIOS TURÍSTICOS.....	56
TABLA 11: SERVICIO TURÍSTICO	59
TABLA 12: ADECUADA PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	60
TABLA 13: TESALIA.....	61
TABLA 14: PARQUE NACIONAL COTOPAXI.....	62
TABLA 15: AVENIDA DE LOS VOLCANES	63
TABLA 16: ESTACIÓN DEL TREN TAMBILLO.....	64
TABLA 17: PASOCHOA	65
TABLA 18: CABALGATA	67
TABLA 19: CAMINATA	68
TABLA 20: ESCALADA	69
TABLA 21: CAMPING.....	70
TABLA 22: CICLISMO	71
TABLA 23: EVENTOS TRADICIONALES.....	73
TABLA 24: AFLUENCIA DE TURISTAS.....	74
TABLA 25: ATRACTIVOS CONOCIDOS A NIVEL.....	75
TABLA 26: MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL CANTÓN	77
TABLA 27: DIFICULTAD PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS	78
TABLA 28: PLAN DE MARKETING BENEFICIOSO PARA EL CANTÓN ...	80
TABLA 29: MEDIO DE PUBLICIDAD MÁS EFECTIVO.....	81
TABLA 30: CONTRIBUIRÍA A LA PROMOCIÓN.....	82
TABLA 31: ANÁLISIS FODA.....	86
TABLA 32: MATRIZ DE INVOLUCRADOS.....	97
TABLA 33: MATRIZ DE MARCO LÓGICO	99
TABLA 34: ATRACTIVO N ° 1	102
TABLA 35: ATRACTIVO N ° 2	103
TABLA 36: ATRACTIVO N ° 3	104
TABLA 37: ATRACTIVO N ° 4	105
TABLA 38: ATRACTIVO N ° 5	106
TABLA 39: ATRACTIVO N ° 6	107
TABLA 40: ATRACTIVO N ° 7	108
TABLA 41: ATRACTIVO N ° 8	109

TABLA 42: ATRACTIVO N ° 9	110
TABLA 43: ATRACTIVO N ° 10	111
TABLA 44: ATRACTIVO N ° 11	112
TABLA 45: ATRACTIVO N ° 12	113
TABLA 46: ATRACTIVO N ° 13	114
TABLA 47: ATRACTIVO N ° 14	115
TABLA 48: ATRACTIVO N ° 15	116
TABLA 49: ATRACTIVO N ° 16	117
TABLA 50: ATRACTIVO N ° 17	118
TABLA 51: ATRACTIVO N ° 18	119
TABLA 52: ATRACTIVO N ° 19	120
TABLA 53: ATRACTIVO N ° 20	121
TABLA 54: ATRACTIVO N ° 21	122
TABLA 55: ATRACTIVO N ° 22	123
TABLA 56: ATRACTIVO N ° 23	124
TABLA 57: ATRACTIVO N ° 24	125
TABLA 58: PRESUPUESTO GENERAL PUBLICIDAD	146
TABLA 59: ITINERARIO DE ACTIVIDADES “MACHACHI EXPRESS”	148
TABLA 60: COTIZACIÓN N° 1	149
TABLA 61: ITINERARIO DE ACTIVIDADES “AVENTURA EN EL PASOCHOA”	153
TABLA 62: COTIZACIÓN N° 2	154
TABLA 63: ITINERARIO DE ACTIVIDADES “HACIENDAS EXTREMAS”	157
TABLA 64: COTIZACIÓN N° 3	158
TABLA 65: CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE	161
TABLA 66: COSTO DE LA CAPACITACIÓN EN GESTIÓN DE CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE	162
TABLA 67: CAPACITACIÓN EN GUIANZA ESPECIALIZADA	164
TABLA 68: COSTO DE LA CAPACITACIÓN EN GUIANZA ESPECIALIZADA	165

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: CANASTA BÁSICA.....	27
GRÁFICO 2: PIB.....	28
GRÁFICO 3: INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.....	31
GRÁFICO 4: SALIDA DE ECUATORIANOS AL EXTERIOR.....	31
GRÁFICO 5: PEA	32
GRÁFICO 6: SERVICIO TURÍSTICO	59
GRÁFICO 7: ADECUADA PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA .	60
GRÁFICO 8: TESALIA.....	62
GRÁFICO 9: PARQUE NACIONAL COTOPAXI.....	63
GRÁFICO 10: AVENIDA DE LOS VOLCANES	64
GRÁFICO 11: ESTACIÓN DEL TREN DE TAMBILLO	65
GRÁFICO 12: PASOCHOA	66
GRÁFICO 13: CABALGATA	67
GRÁFICO 14: CAMINATA	68
GRÁFICO 15: ESCALADA	69
GRÁFICO 16: CAMPING	70
GRÁFICO 17: CICLISMO	71
GRÁFICO 18: EVENTOS TRADICIONALES.....	73
GRÁFICO 19: AFLUENCIA DE TURISTAS.....	74
GRÁFICO 20: ATRACTIVOS CONOCIDOS A NIVEL.....	76
GRÁFICO 21: MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL CANTÓN	77
GRÁFICO 22: DIFICULTAD PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS .	79
GRÁFICO 23: PLAN DE MARKETING BENEFICIOSO PARA EL CANTÓN	80
GRÁFICO 24: MEDIO DE PUBLICIDAD MÁS EFECTIVO.....	81
GRÁFICO 25: CONTRIBUIRÍA A LA PROMOCIÓN.....	82
GRÁFICO 26: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CANTÓN MEJÍA ...	93
GRÁFICO 27: ÁRBOL DE PROBLEMAS	94
GRÁFICO 28: ÁRBOL DE OBJETIVOS	95
GRÁFICO 29: CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS	167

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1: AVAL DEL MUNICIPIO DEL CANTÓN MEJÍA
- ANEXO 2: ENCUESTA
- ANEXO 3: PROFORMAS
- ANEXO 4: CÉDULA PRESUPUESTARIA DE GASTOS DEL CANTÓN
MEJÍA
- ANEXO 5: TEMAS A TRATAR EN LAS CAPACITACIONES

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo en el Ecuador se ha ido incrementado en los últimos años de una manera prodigiosa ya que está beneficiando a todos los sectores que intervienen en el sector turístico es por esto que cada una de las provincias y cantones de todo el territorio ecuatoriano se están desarrollando paulatinamente para ofrecer un servicio de calidad hacia los turistas nacionales y extranjeros.

El Cantón Mejía posee varios atractivos turísticos que pueden ser exportados tanto nacional como internacionalmente, es por esto que necesita de un plan de marketing turístico para fortalecer su promoción y así incrementar los ingresos gracias al turismo de la zona.

El Plan de Marketing turístico para el fortalecimiento del Cantón Mejía consta de 3 capítulos en los cuales engloba la fundamentación teórica, diagnóstico y la propuesta.

El capítulo I es la unión de toda la información teórica que se necesitó para la elaboración de la tesis, como por ejemplo La fundamentación teórica, el marco conceptual, el marco referencial y el marco legal.

En el capítulo II se encuentra un diagnóstico del macro y micro entorno que corresponde al Ecuador y al Cantón Mejía, conociendo su situación económica, demográfica, geográfica, además de las principales características turísticas del cantón como sus atractivos turísticos y gastronomía.

El Capítulo III enmarca la propuesta en general, demostrando las estrategias que se utilizaron para el plan de marketing, tales como la actualización del inventario turístico, creación de paquetes turísticos, creación de una publicidad y promoción adecuada, y por último realizando capacitaciones para los prestadores turísticos y así inicialmente lograr ofrecer un servicio y producto de calidad hacia los turistas nacionales.

EXECUTIVE SUMMARY

Tourism in Ecuador has been increasing in recent years a prodigious as it is benefiting all sectors involved in the tourism sector; because of the provinces and cantons of Ecuador have being developed gradually to provide a quality service to domestic and foreign tourists .

The Mejia Canton has several tourist attractions which places can be exported nationally and internationally due to the fact that it needs a tourism marketing plan to strengthen its promotion and increase revenue from tourism in the area.

Tourism Marketing Plan for strengthening the Mejia canton consists of 3 chapters: the theoretical part, diagnosis and proposal.

Chapter I is the union of all the theoretical information that was needed for the preparation of the thesis such as the theoretical, conceptual frame, the reference frame and legal frame.

Chapter II is the macro and micro environment corresponding to Ecuador and the Mejia Canton, knowing their economic, demographic, geographic, as well as the main characteristics of the canton, their tourist attractions and gastronomy.

Chapter III is the proposal in general, demonstrating the strategies that were used for the marketing plan such as updating the tourism inventory, creating tourist packages, creating an adequate promotion, and Making trainings for tourism providers and so initially offering a service and product quality to domestic tourists.

TEMA DEL PROYECTO

Plan de Marketing para el fortalecimiento de la promoción turística del Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

JUSTIFICACIÓN

El Cantón Mejía perteneciente a la provincia de Pichincha posee una variada cultura, una exuberante naturaleza, gracias a esto se pueden realizar cabalgatas, turismo cultural, turismo comunitario, entre otros, y además se puede practicar gran variedad de deportes extremos, es por esto que este cantón puede satisfacer los gustos y requerimientos que un turista desea. La presente investigación se la realiza en pro del turismo local ya que el objetivo es promocionar los atractivos turísticos existentes, más aun los atractivos no conocidos en el Cantón Mejía, es por esta razón que con la propuesta que se desea realizar se quiere dar a conocer a los turistas nacionales como extranjeros la gran variedad de atractivos turísticos que posee el cantón y así lograr que exista una gran afluencia turística no solo en las fechas de festividades, sino constantemente. Ante lo expuesto anteriormente es necesario realizar un Plan de Marketing para el fortalecimiento de la promoción turística en el Cantón Mejía para de que de esta manera el cantón se dé a conocer a nivel nacional y mundial y así ayudar al desarrollo turístico.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un Plan de Marketing Turístico para dar a conocer los atractivos naturales y culturales que existen en el Cantón Mejía mediante una propuesta que contenga un inventario, estrategias de marketing para promocionar el cantón a los turistas en general.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente el plan de promoción turística mediante teorías, investigaciones para sustentar el presente proyecto.
- Diagnosticar el macro entorno y micro entorno para conocer la situación actual del turismo en el Cantón Mejía.
- Elaborar el plan de marketing turístico para el fortalecimiento de la promoción turística para el Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 PLAN DE MARKETING

En la actualidad un Plan de Marketing es indispensable para promocionar productos tangibles e intangibles, en este caso los atractivos turísticos deben ser ofertados hacia cada uno de los consumidores o turistas propiamente llamados, un Plan de Marketing es una herramienta importante de mercadotecnia ya que con este se organiza detalladamente cuales son los pasos a seguir para poder comercializar el producto que se tiene en mente, además es necesario planear adecuadamente cual es el proceso y así después de cumplir poder revisar cada uno de los resultados que se obtuvieron con todas las estrategias de marketing.

Para la realización de un Plan de Marketing se toma en cuenta varias herramientas de promoción entre estas se destacan:

- Anuncios
- Videos
- Luminosos
- Displays
- Audiovisuales

- Catálogos
- Separatas

1.1.1.1 ELEMENTOS DEL PLAN DE MARKETING

En un Plan de Marketing se toma en cuenta 3 aspectos importantes; el mercado, los objetivos y los medios de aquí parten los elementos del Plan.

- **Definición de la oferta:** se revisa minuciosamente cada uno de los productos y servicios que tiene la empresa.
- **Segmentación del mercado:** se realiza un estudio para que tipo de mercado va dirigido el producto.
- **Evolución y perspectivas del mercado:** el mercado puede variar en distintas maneras geográficamente o demográficamente y para este acontecimiento se debe tomar en cuenta otras opciones.
- **Identificación de la competencia:** determinar la competencia directa e indirectamente que posee el producto.
- **Situación de la empresa:** revisar los puntos débiles y fuertes de la empresa.
- **Objetivos de Marketing:** que se quiere alcanzar con el Plan de Marketing.
- **Determinación de precios:** los factores que determinan el precio son: el mercado objetivo, los costes de producción, distribución, estructura y entorno competitivo.

- **Plan de comunicación:** en este elemento se toma en cuenta que herramientas se va a utilizar para la promoción.
- **Presupuesto**
- **Previsiones y control de resultados:** se debe tener una cuenta que prevenga las pérdidas y ganancias.

1.1.2 PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

Un plan de Marketing Turístico son todos los elementos que permiten sustentar un proyecto para implantar planes de Desarrollo, presupuestos, comercialización, programas de acción todo relacionado a actividades y objetos turísticos.

Los requerimientos indispensables para la elaboración de un Plan de Marketing son:

- Un documento de sustento
- Objetivos
- Propuestas
- Estrategias

En conclusión el Marketing Turístico “es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas y de los que emprenden negocios turísticos privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para satisfacción optima en beneficio apropiado.” (Acerenza, 2004)

1.1.2.1 FORMULACIÓN DEL PLAN

1.1.2.1.1 ¿QUÉ PRODUCTOS TURÍSTICOS VAMOS A VENDER?

En este ítem se definen cada uno de los productos y servicios que se van a ofrecer como por ejemplo los atractivos, servicios turísticos y precios de los mismos.

1.1.2.1.2 ¿CÓMO HACER LA PROMOCIÓN TURÍSTICA?

Como primer paso es determinar qué productos y servicios se quiere ofertar y así poder coordinar con el organismo rector, con los prestadores de servicio para poder llegar a un conceso de qué tipo de promoción se debe tomar en cuenta para el plan de marketing.

1.1.2.1.3 ¿CÓMO VENDER EL PRODUCTO TURÍSTICO?

Se debe hacer una programación adecuada de las operaciones de venta orientada a la promoción de sus productos individuales.

1.1.2.1.4 ¿COMÓ FINANCIAR LA OPERACIÓN TURÍSTICA?

Se debe diseñar un programa financiero que permita cubrir todos los gastos tanto operativos, financieros que demanden el plan.

1.1.3 ANTECEDENTES

1.1.3.1 HISTORIA DEL TURISMO EN EL ECUADOR

El turismo en el Ecuador ha ido evolucionando poco a poco gracias al aporte que han tenido los gobiernos las comunidades y sobre todo gracias a

los atractivos naturales como culturales que posee el país y que son muy atrayentes al turista nacional y extranjero.

A lo largo de la historia el Ecuador ha tenido varios gobiernos que ayudaron al progreso del turismo, el primer gobierno fue el del Dr. Isidro Ayora en 1930 que apoyó la realización de una legislación turística, la cual brindaba facilidades para el ingreso de turistas al país; además facultaba a la administración pública la promoción e información turística mediante las delegaciones diplomáticas.

En el año 1935 en el gobierno del Gral. Alberto Enríquez Gallo, se crea la ley de turismo, que consistía en entregar un documento al turista para ingresar al país también se crea la Dirección de Turismo del Estado (DITURIS).

“El 30 de junio de 1964 la DITURIS sufre una gran transformación ya que por decreto supremo de la junta Militar de Gobierno es expedida una nueva ley de fomento turístico y es creada la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETURIS). La cual surge dotada de amplias facultades para auspiciar, estimular y regularizar los esfuerzos e iniciativas nacionales en el campo de desarrollo turístico, para lo cual sigue en funcionamiento la Tarjeta Ecuatoriana de Turismo, que se la conseguía en los consulados del país, agencias internacionales de transporte o puertos de arribo.

La creación de CETURIS provocó un rápido crecimiento del turismo receptivo, el número de visitantes extranjeros subió de 30.000 a 50.000 por un año, lo cual es un incremento real de alrededor del 66%, el CETURIS

también se enfocó en el desarrollo de la infraestructura hotelera, que posteriormente recibió una inversión aproximada de 180 millones de sucres.”

(Científica Latina, 1980)

En la actualidad el Ecuador es un país turístico gracias al apoyo de entidades y leyes creadas por el estado, se ha generado a lo largo de los años un turismo sostenible además el crecimiento de cadenas hoteleras internacionales que se han establecido en el país.

1.1.3.2 TURISMO EN EL ECUADOR

Actualmente, Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica, entre los que las autoridades ecuatorianas citan el turismo, junto con el petróleo, minería, telecomunicaciones, generación de energía, pesquería, agroindustria y red vial.

El turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador.

La variedad de paisajes, fauna y grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural hacen de este país andino un destino turístico muy atractivo, sobre todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta de Ecuador.

El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse recientemente, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar las infraestructuras y la imagen de Ecuador, a veces estereotipada y otras desconocidas, en muchos países. Según estimaciones, en el 2006 visitaron Ecuador aproximadamente 840.000 turistas, que generaron unos 700 millones de dólares. El Estado está aplicando en varios países de Europa y América un Plan Integral de Marketing Turístico, con el cual pretende el incremento de las visitas a Ecuador en los próximos 10 años, objetivo primordial del Fondo Mixto de Promoción Turística de Ecuador.

El turismo sigue creciendo en el Ecuador. En el año 2011 arranco el turismo con cifras positivas al registrar, sólo en el mes de enero, un total de 105.541 visitantes extranjeros.

El Ministerio de Turismo tiene la intención de desarrollar para promover el turismo ecuatoriano y hacer de este sector la principal fuente de ingresos del país. Atractivos tiene de sobre el país ya que cuenta con un sin número de lugares naturales y culturales para visitar.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

CONCEPTOS GENERALES

- **ADMINISTRACIÓN:** “es el proceso mediante el cual una empresa desarrolla y ejecuta organizadamente sus actividades y operaciones, aplicando los principios que le permitan en conjunto tomar las mejores

decisiones para ejercer el control de sus bienes, compromisos y obligaciones que lo llevarán a un posicionamiento en los mercados tanto nacionales como internacionales.” (Arboleda, 2006)

- **ATRACTIVO TURÍSTICO:** “es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural, significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.” (Colaboradores de Wikipedia, 2013)
- **CONSUMIDOR:** “Persona o conjunto de personas que satisface sus necesidades mediante el uso de los bienes y servicios generados en el proceso productivo.” (Mediano Grupo de Medios de Comunicación Digitales, 2009)
- **COTIZACIÓN:** “es aquel documento que el departamento de compras usa en una negociación, es un documento informativo.” (Colaboradores de Wikipedia, 2013)
- **CULTURA:** “se lo define como el conjunto de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales o tecnologías que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver sus necesidades de toda índole.” (Kroeber & Clydekluckhohn, 1952)
- **CUMBRE:** “punto más alto en una montaña o en una elevación.” (Real Academia Española, 2007)
- **DEMANDA:** representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Arboleda, 2006)

- **DESTINO TURÍSTICO:** “es el lugar en el cual se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas que llegan a dichos lugares. Un destino turístico, según el consumidor, puede ser un país, una región, una ciudad o un lugar concreto.” (SERNATUR, 2008)
- **ECONOMÍA:** “economía es la ciencia social que estudia el comportamiento económico de agentes individuales producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacer necesidades humanas y resultado individual o colectivo de la sociedad.” (Arboleda, 2006)
- **ECOSISTEMA:** “es el conjunto de especies de un área determinada que interactúan entre ellas y con su ambiente abiótico; mediante procesos como la depredación, el parasitismo, la competencia y la simbiosis, y con su ambiente al desintegrarse y volver a ser parte del ciclo de energía y de nutrientes. Las especies del ecosistema, incluyendo bacterias, hongos, plantas y animales dependen unas de otras. Las relaciones entre las especies y su medio, resultan en el flujo de materia y energía del ecosistema.” (Whittaker, 1972)
- **ESTRATEGIAS:** “es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.” (Colaboradores de Wikipedia, 2013)
- **ESTRATEGIAS DE MARKETING:** “está dirigida a generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, con mayor

efectividad que la competencia, a fin de generar en el cliente lealtad hacia una empresa o una marca.” (Kotler, 2001)

- **ETNIA:** “es un conjunto de personas que comparten rasgos culturales, lengua, religión, celebración de ciertas festividades, música, vestimenta, tipo de alimentación.” (Real Academia Española, 2007)
- **EXTRANJERO:** “aquella persona que no forma parte de la comunidad política que se adopta como referencia.” (Real Academia Española, 2007)
- **FAUNA:** “es el conjunto de especies animales que habitan en una región geográfica, que son propias de un período geológico o que se pueden encontrar en un ecosistema determinado.” (Colaboradores de Wikipedia, 2013)
- **FLORA:** “es el conjunto de especies vegetales que se pueden encontrar en una región geográfica, que son propias de un periodo geológico o que habitan en un ecosistema determinado.” (Colaboradores de Wikipedia, 2013)
- **HOTEL:** “es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.” (Real Academia Española, 2007)

- **INVERSIÓN:** “es una colocación de capital para obtener una ganancia futura, esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y por lo general improbable.” (Arboleda, 2006)
- **ITINERARIO:** “descripción y dirección de una ruta indicando los detalles de los lugares que serán visitados durante el recorrido.” (Real Academia Española, 2007)
- **MARKETING:** “es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.” (Kotler, 2001)
- **MINISTERIO:** “cada una de las partes que conforman un gobierno.” (Real Academia Española, 2007)
- **MIX DE MARKETING:** “producto compuesto de las variables controlables del marketing, más conocidas hoy como las “6 P” del marketing: Producto, Precio, Promoción, Packaging, Publicidad, Plaza.” (Kotler, 2001)
- **OFERTA:** “se refiere a la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores "pueden" proveer al mercado, a un precio determinado y en un periodo de tiempo determinado.” (Kotler, 2001)
- **PACKAGING:** “es la protección del producto para su distribución, es decir es la forma de presentación del producto, es la primera forma de comunicación que tiene con el consumidor.” (Kotler, 2001)
- **PAÍS:** “también se lo puede denominar estado nacional, un área geográfica y una entidad políticamente independiente con su propio

gobierno, administración, leyes, la mayor parte de las veces una constitución, policía, fuerzas armadas, leyes tributarias y un grupo humano.” (Real Academia Española, 2007)

- **PAISAJE:** “extensión de terreno que se ve desde un sitio.” (Real Academia Española, 2007)
- **PLANIFICACIÓN:** “es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos.” (Jiménez, 1982)
- **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA:** “es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos. Una de las herramientas más usuales en este tipo de planificación es el Análisis FODA.” (Jiménez, 1982)
- **PROCESO:** “es el conjunto de actividades o tareas, mutuamente relacionadas entre sí que admite elementos de entrada durante su desarrollo ya sea al inicio o a lo largo del mismo, los cuales se administran, regulan o auto regulan bajo modelos de gestión particulares para obtener elementos de salida o resultados esperados.” (Camacho, 2012)
- **POTENCIAR:** “otorgar de la fuerza o ayuda necesaria para que una cosa crezca, se desarrolle o tenga éxito.” (Real Academia Española, 2007)
- **PRODUCTIVIDAD:** “es el grado de utilización efectiva de cada elemento de producción. Es sobre todo una actitud mental. Busca la constante mejora de lo que existe ya. Está basada sobre la convicción

de que uno puede hacer las cosas mejor hoy que ayer, y mejor mañana que hoy. Requiere esfuerzos continuados para adaptar las actividades económicas a las condiciones cambiantes y aplicar nuevas técnicas y métodos. Es la firme creencia del progreso humano.” (Carballal del Río, 2006)

- **PRODUCTO:** “es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.” (Bonta & Farber)
- **PROMOCIÓN:** “es el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados.” (Bonta & Farber)
- **PUBLICIDAD:** “es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.” (Kotler, 2001)
- **RUTA:** “es un recorrido que tiene un objetivo, permitir admirar paisajes, visitar atractivos turísticos, realizar actividades siguiendo un itinerario establecido.” (Real Academia Española, 2007)
- **SUBRUTA:** “es un recorrido que se desprende de la ruta general.” (Real Academia Española, 2007)

- **TEMPORADA ALTA:** periodo del año que se considera más adecuado para el turismo, en Ecuador son los meses de Junio a Septiembre y parte de Diciembre y Enero.
- **TEMPORADA BAJA:** periodo del año en el que el turismo es más escaso.
- **TRANSPORTE:** “se denomina transporte o transportación, al traslado de algún lugar a otro algún elemento, en general personas o bienes, pero también un fluido. El transporte es una actividad fundamental dentro del desarrollo de la humanidad.” (Colaboradores de Wikipedia, 2013)
- **TURISMO:** “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2004)
- **TURISMO CULTURAL:** “es una forma de turismo que expone los aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2004)
- **TURISMO ECOLÓGICO:** “es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio tanto natural como cultural que acoge y sensibiliza a los viajantes. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como

primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, grupos, cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2004)

- **TURISMO DE AVENTURA:** “es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa.

Este tipo de turismo también se relaciona directamente con el deporte de aventura o riesgo, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje de riesgo.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2004)

TURISTA: “es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico por más de 24 horas y pernoctando en el otro punto.” (Real Academia Española, 2007)

- **VACACIONES:** “son los días dentro de un año en que personas que trabajan o estudian toman un descanso total o el receso de su actividad en un período determinado, exceptuando feriados denominado por fiestas nacionales, tales como Navidad o días representativos de una nación como la celebración de su independencia. Existe principalmente para prevenir estrés u otras patologías, además de según el criterio del estado o gobierno local,

para incrementar la productividad en el resto del año.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2004)

- **VIAJERO:** “toda persona que se desplaza entre dos o más lugares dentro de su residencia habitual.” (Real Academia Española, 2007)
- **VISITA:** “se llama visita a la acción de cortesía que se realiza yendo a casa de un familiar, amigo o conocido por atención, conversación, amistad o consuelo.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2004)
- **VISITANTE:** “toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2004)

1.3 MARCO REFERENCIAL

En el Ecuador existen varios planes de Marketing que se están poniendo en marcha para el beneficio de cada sector al cual va dirigido, a continuación se dan a conocer dos planes que llamaron la atención, por el material utilizado las ideas que se quieren plasmar y la investigación que se llevó a cabo en cada uno de los sectores turísticos, estos planes de Marketing se han realizado en Guamote y en Montecristi.

1.3.1 REFERENCIA 1

“Plan de Marketing Turístico para el cantón Guamote, provincia de Chimborazo” (Lozano Rodríguez, 2005-2006)

En la provincia de Chimborazo exactamente en el cantón Guamote se realizó un Plan de Marketing en el año 2011 para fortalecer todos los atractivos que tiene el cantón tanto el patrimonio histórico, cultural y natural y así aprovechar las tendencias que posee el turismo mundial y nacional, este plan beneficia al cantón ya que incrementara sus ingresos con respecto a cada uno de los paquetes turísticos que se venderían entre estos los más destacados son:

- Travesía en la Serranía Ecuatoriana
- Siguiendo las huellas de Alfaro
- Guamote, cultura autentica

Cada uno de los paquetes se ha realizado con un estudio de mercado, verificando cuales son los puntos más fuertes del cantón para poder exportarlo a nivel nacional e internacional.

Los objetivos principales de este Plan de Marketing son:

- Realizar el estudio de mercado
- Fijar las estrategias de Marketing Turístico
- Diseñar el Mix de Marketing
- Definir el sistema de Control y Evaluación

La principal recomendación del plan es que el organismo encargado del área turística en Guamote lo tome en cuenta ya que así el turismo en el

cantón puede sobresalir y así producir más entrada de dinero para beneficio de la zona.

1.3.2 REFERENCIA 2

“Diseño de un Plan de Marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi” (Delgado, Lorentty, & Osorio, 2009)

Esta investigación empieza por describir la realidad turística actual del cantón Montecristi, ya que a partir del 2008 con la creación de la Asamblea Nacional Constituyente este lugar pasó a ser el centro de atención para todos los ecuatorianos. Se presenta luego, el objetivo general de esta investigación y los pasos que se siguieron para alcanzarlo, primero se procedió a determinar los aspectos generales del cantón tales como localización, población, clima, topografía, entre otros; al igual que un diagnóstico de atractivos y planta turística para tener una visión actual en la que encuentra el cantón. Los atractivos turísticos fueron catalogados de la siguiente forma: Sitios Naturales 5 es el 19%, Museos 5 que es el 19%, Folklore 14 que es el 52% y por último los acontecimientos programados 3 que es el 11%.

Después se procedió a realizar un Estudio de la demanda para determinar las principales necesidades y requerimientos de los turistas y así obtener el perfil del turista potencial, y por último se diseña un Plan de Marketing Turístico donde se detallan los productos y servicios para los diferentes tipos de turistas, así como el diseño de una marca que ayudara a la promoción del cantón.

1.4 MARCO LEGAL

1.4.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Es el fundamento y la fuente de la autoridad jurídica que sustenta la existencia del Ecuador y de su gobierno. La supremacía de esta constitución la convierte en el texto principal dentro de la política ecuatoriana, y está por sobre cualquier otra norma jurídica. La constitución proporciona el marco para la organización del Estado ecuatoriano, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía.

1.4.2 LEY DE TURISMO

La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios. Además todas las normas que el MINTUR tiene como manuales, reglamentos, convenios con la Provincia de Pichincha y con el cantón Mejía ya que la investigación se centra en este cantón de la serranía ecuatoriana.

1.4.3 PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE DE ECUADOR 2020 (PLANDETUR 2020)

El PLANDETUR 2020 fue creado con 3 principales objetivos:

- “Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

- Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.
- Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.” (Equipo PLANDETUR 2020, 2007)

Este plan fomenta a que cada uno de los municipios u organizaciones que están a cargo de los atractivos turísticos ayude al desarrollo turístico de la zona.

1.4.4 PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2009-2013

El Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública.

El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

1.4.5 CATASTRO TURÍSTICO

El Catastro de actividades turísticas, es el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se torna en una herramienta

referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro y actualización de datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1 MACROENTORNO

2.1.1 FACTOR GEOGRÁFICO

MAPA DEL ECUADOR



Ilustración 1: Mapa del Ecuador

Fuente: Instituto Geográfico Militar / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ecuador es un país ubicado en Sudamérica, cuya capital es Quito en esta se encuentra el centro político de la República, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros. “Tiene 256.370 kilómetros cuadrados de superficie, lo que evidencia que es el más pequeño

de los países andinos, pero cuenta con la mayor biodiversidad por metro cuadrado del continente.

Es un país andino en el que abundan los volcanes activos. Forma parte del cinturón de fuego del Pacífico.” (Visitecuador, 2011)

2.1.1.1 LÍMITES

NORTE	Colombia
SUR	Perú
ESTE	Perú
OESTE	Océano Pacífico

Tabla 1: Límites del Ecuador

Fuente: Instituto Geográfico Militar IGM. / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.1.1.2 REGIONES

LITORAL	Se extiende desde las estribaciones de la cordillera Occidental hasta el mar, es una planicie aluvial y es la región más fértil del país.
SIERRA	Se divide en la cordillera Occidental, la cordillera Oriental y la depresión Central o surco interandino.
AMAZÓNICA	Se encuentra al este del País. Se caracteriza por ser casi llana y muy boscosa. Existen importantes yacimientos petrolíferos
REGION INSULAR	Conocida como el Archipiélago de Galápagos está ubicado a 1000 kilómetros aproximadamente de la costa ecuatoriana. Está conformado por 13 grandes islas volcánicas, 6 islas menores y 107 rocas e islotes.

Tabla 2: Regiones

Fuente: Instituto Geográfico Militar / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.1.1.3. POBLACIÓN

“El Ecuador en el año 2013 cuenta con 15'762.263 habitantes, siendo alrededor del 49,4% se encuentra compuesta por hombres, y un 50,6% por mujeres, Quito la Capital cuenta con 2.239.191 siendo la segunda ciudad más habitada del país ya que Guayaquil ocupa el primer lugar con 2.350.915 habitantes.” (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2013)

2.1.1.4 CLIMA

El clima zonal de Ecuador es el ecuatorial lluvioso, pero las enormes altitudes que alcanzan las montañas introducen drásticos cambios, y se llega a encontrar, en estas latitudes nieves perpetuas y glaciares. El centro de acción que se encuentra sobre Ecuador es la Zona de Convergencia Intertropical (ZCIT), que determina la mayor o menor presencia de masas de aire húmedo procedentes del océano y de la Amazonía. En general presenta dos estaciones: húmeda y seca. La estación húmeda se extiende entre diciembre y mayo en la costa, entre noviembre y abril en la sierra y de enero a septiembre en la Amazonía.

“Las temperaturas medias oscilan entre los 23°C y 36°C de la costa y la Amazonía, y los 13°C y 19°C en las montañas. Galápagos tiene un clima más templado, gracias a la corriente fría de Humboldt, y su temperatura varía entre 22°C y 32°C. En la costa y el oriente la temperatura sufre variaciones muy notables a lo largo del año, pero en la sierra sí se observan cambios notables.” (Visitecuador, 2011)

2.1.2. FACTOR SOCIAL

“A nivel provincial, en el mapa de índices de pobreza publicado en la página del SISE, el ordenamiento por incidencia de pobreza revela que las provincias más pobres por consumo son Morona Santiago (69%), Napo (68%), Orellana (63%), Zamora Chinchipe (62%) y Bolívar (61%). Entre tanto que, las provincias con menor incidencia de pobreza son: Pichincha (22%), Galápagos (23%), Azuay (27%) y El Oro (28%). Estas provincias presentan un nivel de pobreza por debajo del observado a nivel nacional.” (SIISE, 2012)

Los niveles de pobreza varían desde 23% en el cantón Machala a 73% en el cantón Santa Elena. Un mayor nivel de desagregación al interior de la provincia de El Oro pone en evidencia diferencias aún más marcadas que las cantonales.

Los índices de pobreza que existen en el país han colaborado para que existan ciertas amenazas como lo son la delincuencia, la indigencia y la mendicidad que no dan una imagen adecuada al visitante que llega del extranjero.

Tenemos una migración en ascenso que desestabiliza el país, por un lado los ecuatorianos prefieren irse a otros países sea europeos o norteamericanos, en busca de mayores posibilidades de vida.

Por otro lado entran al país gran cantidad de colombianos, cubanos, haitianos, entre otros, mismos que si bien muchos vienen a ser parte de la fuerza productiva del país, muchos otros vienen con fines de delinquir,

poniendo un grado de inseguridad altísimo que no asegura la preferencia de Ecuador como un destino turístico seguro.

2.1.3. FACTOR ECONÓMICO

“La economía ecuatoriana ha presentado un robusto y continuado crecimiento en los últimos años, cultivando varios logros como no haber entrado en recesión durante la crisis económica global de 2009, a pesar de no tener moneda propia. A partir de 2007 se dio un cambio de timón en la política económica, pagando toda la deuda con el FMI y alejándose de sus imposiciones que limitaban el gasto público en el país. Luego del incumplimiento de la deuda externa, Ecuador ha concentrado sus esfuerzos en diversificar su matriz energética, pagar la enorme deuda social e incrementar la inversión pública en infraestructuras: hidroeléctricas, carreteras, aeropuertos, hospitales, colegios.

A pesar del crecimiento vigoroso de los últimos años, y al igual que la mayoría de los países latinoamericanos, su economía sigue dependiendo de las exportaciones de materias primas y el petróleo es la principal fuente de riqueza del país. Para superar aquella situación, el Estado está haciendo inmensos esfuerzos en pasar de una economía extractivista a una economía del conocimiento y valor agregado, por eso se está becando a jóvenes para estudiar en universidades de prestigio en el primer mundo, se está elevando el nivel académico de las universidades ecuatorianas con la Ley de Educación Superior.

Existen diferencias importantes del ingreso donde el veinte por ciento de la población más rica posee el 54,3 % de la riqueza y el 91 % de las

tierras productivas. Por otro lado, el 20 % de la población más pobre apenas tiene acceso al 4,2 % de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0,1 % de la tierra.” (SIISE, 2012)

2.1.3.1. TURISMO

“El Turismo en el Ecuador proyecta un crecimiento promedio de cerca del 10% anual en el ingreso de dólares por turismo hasta el año 2014. En un escenario optimista, este ingreso podría ser de hasta un 16%. El crecimiento de ingresos por turismo al país no sólo respondería a un aumento en el número de turistas que visitan el Ecuador, sino también a un incremento en la estancia media y el gasto por turista, que son los objetivos del Plan de Marketing Turístico del Ecuador.” (Equipo PLANDETUR 2020, 2007)

2.1.3.2. CANASTA BÁSICA

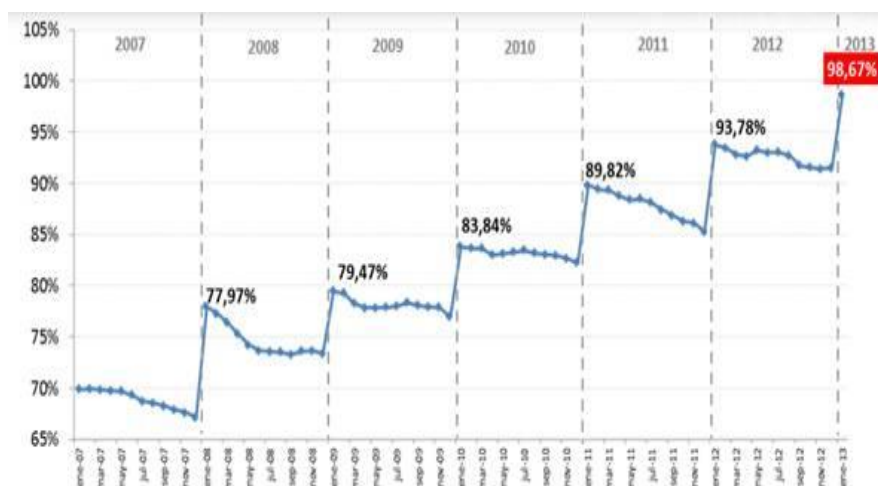


Gráfico 1: Canasta básica

Fuente: INEC/ Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

“La Canasta Básica se ubicó en \$605.52, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de \$593.6. a comparación con el mes de

enero del 2012, la Canasta Básica llegó a \$581.2 con un ingreso familiar de \$545.1.

La cobertura del presupuesto familiar llegó a 98,03% frente al 90,02% de enero del 2012, un aumento de 4,9 puntos, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC).” (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2013)

2.1.3.3. SUELDO BÁSICO

“El nuevo salario básico unificado (SBU) que se estableció para el año 2013 es de US\$ 318.00, lo que representa un incremento del 8.81% equivalente a US\$ 26.00 al salario del 2012.” (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2013)

2.1.3.4 PIB



Gráfico 2: PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

“El Producto Interno Bruto del Ecuador es 88.186 millones de dólares en 2012, en el actual periodo de gobierno (2007-2012) el PIB ecuatoriano ha tenido un crecimiento promedio anual de 4,3%, por encima del promedio de América Latina y el Caribe, que fue de 3,5%; la pobreza por ingresos se redujo de 37,6% a 27,3% y la diferencia de ingresos entre el 10% más rico y el 10% más pobre de la población disminuyó alrededor de un tercio entre el 2006 y el 2012.” (Banco Central del Ecuador , 2012)

Esto se ha hecho posible por un conjunto de políticas públicas, entre las que destacan la repatriación de recursos que se mantenían en el extranjero con baja rentabilidad y ahora se invierten en el país a través de la banca pública con tasas de retorno mucho mayores; la obligatoriedad de que los activos líquidos del sistema financiero se queden en el país apoyando su crecimiento, lo que ha permitido que el porcentaje de activos líquidos domésticos de las Instituciones Financieras aumente del 39% en el 2008 al 70% en el 2012; así como la reducción del costo de los servicios financieros y las tasas de interés.

Todo esto permitió incrementar la liquidez de la economía en 2,5 veces, al pasar de USD 4.136 millones (12,5% del PIB) de promedio anual en el período 2000-2006 a USD 10.397 millones (15,2% del PIB) en el período 2007-2012.

En el 2012 la tasa de crecimiento anual de la liquidez total fue de 16%, la de los depósitos de 15% y la de crédito de 12%, con una tasa de morosidad del conjunto del sistema financiero privado de apenas 3%.

2.1.3.4.1. PIB TURÍSTICO

“El turismo en el Ecuador se ha convertido en el cuarto rubro que aporta a la economía del país. En 2011 movió 5.000 millones de dólares.

El gasto económico del turista ha crecido en los últimos años y actualmente se encuentra en alrededor los \$5.000 millones. Esto ha permitido que el turismo se vaya posesionando dentro del aporte al Producto Interno Bruto (PIB) el año pasado.

El turismo ha crecido en 13,52% este año en relación al 9% de 2011, esto se da porque el país se convirtió en un receptor de turistas extranjeros y ha desarrollado un plan para incrementar los desplazamientos internos de los ciudadanos locales, a través de la inversión en las carreteras de acceso a los sitios llamativos, como la Amazonía.” (Banco Central del Ecuador , 2012)

Además, la inversión hecha para promocionar al país en el exterior llegó a los 20 millones para el año fiscal, sí no se contaría con ese monto no se podría competir con los países vecinos en materia de turismo.

El año pasado se desplazaron por las cuatro regiones del Ecuador 10,4 millones de personas, que recorrieron indistintamente los Andes, la Costa, la Amazonía y las Islas Galápagos.

2.1.3.5 INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR



Gráfico 3: Ingreso de extranjeros al Ecuador
Fuente: Asociación Nacional de operadores de turismo receptivo del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

“Durante el mes de FEBRERO del 2013 llegaron al país un total de 103.768 extranjeros. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en FEBRERO del 2012 ingresaron un total de 99.551 visitantes.” (Banco Central del Ecuador , 2012)

2.1.3.6 SALIDA DE ECUATORIANOS AL EXTERIOR



Gráfico 4: Salida de ecuatorianos al exterior
Fuente: Asociación Nacional de operadores de turismo receptivo del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Durante el mes de FEBRERO del 2013 salieron del país un total de 94.464 personas. Comparado con el año anterior existe un aumento en la salida de personas del Ecuador ya que en FEBRERO del 2012 salieron un total de 90.686 ecuatorianos.

2.1.3.7 PEA

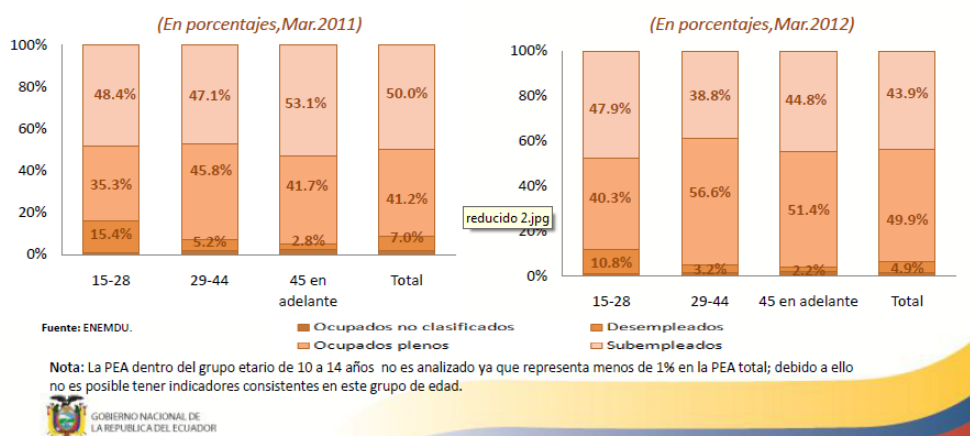


Gráfico 5: PEA

Fuente: Banco Central del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Al clasificar la PEA por rangos de edad, la tasa de ocupación plena aumentó en cada uno de los grupos etarios, dando como resultado un aumento en la ocupación plena total de 8.7 puntos porcentuales en marzo de 2012 con respecto a marzo de 2011, para ubicarse en 49.9%. Por el contrario, el indicador de la subocupación registró una disminución en todos los grupos de edad al igual que la tasa de desocupación, la cual disminuyó mayoritariamente en el grupo de 15 a 28 años, en 4.6 puntos porcentuales, para ubicarse en 10.8% en el primer trimestre de 2012.

2.1.4 FACTOR DEMOGRÁFICO

POBLACIÓN	15'762.263 habitantes
DISTRIBUCIÓN POR EDAD	0-14 años: 30,1% (hombres 2.301.840/mujeres 2.209.971) 15-64 años: 63,5% (hombres 4.699.548/mujeres 4.831.521) 65 años y más: 6,4% (hombres 463.481/mujeres 500.982)
TASA DE CRECIMIENTO	1,419%
TASA DE NATALIDAD	19,6 nacimientos/1.000 habitantes
TASA DE MORTALIDAD	5,01 muertes/1.000 habitantes
TASA DE MIGRACION NETA	-0,39 migrante(s)/1.000 habitantes
DISTIBUCIÓN POR SEXO	al nacer: 1,05 hombre(s)/mujer menores de 15 años: 1,04 hombre(s)/mujer 15-64 años: 0,97 hombre(s)/mujer 65 años y más: 0,92 hombre(s)/mujer población total: 0,99 hombre(s)/mujer
TASA DE MORTALIDAD INFANTIL	total: 19,06 muertes/1.000 nacimientos hombres: 22,37 muertes/1.000 nacimientos mujeres: 15,59 muertes/1.000 nacimientos
EXPECTATIVA DE VIDA AL NACER	población total: 75,94 años hombres: 73 años mujeres: 79,04 años
TASA DE FERTILIDAD	2,38 infantes nacidos/mujer
TASA DE MORTALIDAD MATERNA	140 muertes / 100.000 niños nacidos vivos
TASA DE ALFABETIZACIÓN	Se toma en cuenta a la población desde los 15 años que sepan leer y escribir. población total: 91% hombres: 92,3% mujeres: 89,7%

Tabla 3: Factor demográfico

Fuente: Banco Central del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.1.5 FACTOR TECNOLÓGICO

En este sector la tecnología se ve generada por el avance del ser humano, el Ecuador cuenta con una tecnología estable, es decir no posee las mejores maquinarias, transportes, maquinarias. Pero de otro modo al ser un país en vías de desarrollo cuenta con lo necesario para avanzar generación tras generación, atrayendo no solo al turismo local sino también extranjero.

2.1 MICROENTORNO

CANTÓN MEJÍA

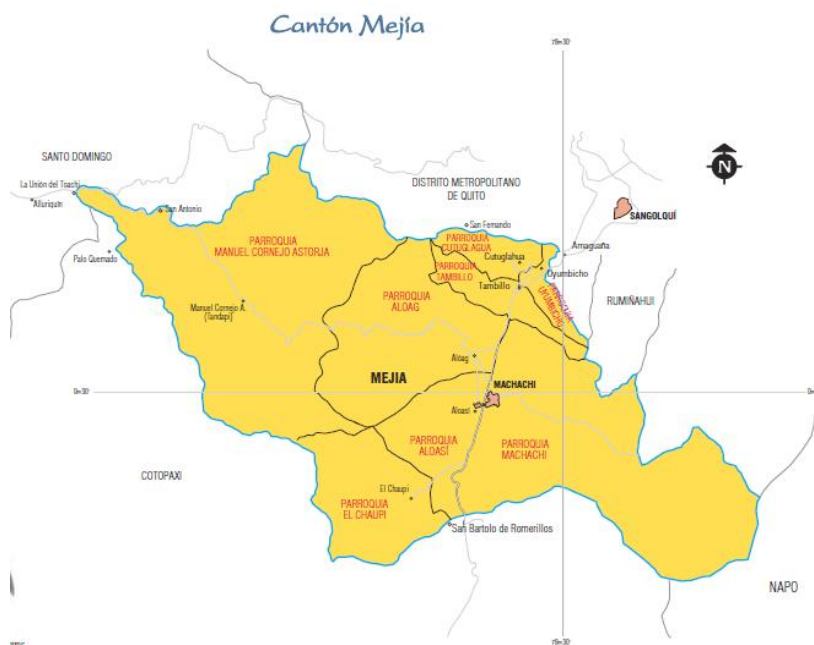


Ilustración 2: Mapa del Cantón Mejía
Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.2.1. ANTECEDENTES

Los Panzaleos pueblo indígena asentado en las faldas del Rumiñahui y el Pasochoa fueron los primeros habitantes del Cantón Mejía, los Panzaleos fueron originarios de Centro América, fueron los más antiguos en establecerse en el Ecuador interandino.

El cantón durante la colonia tuvo un gran desarrollo debido a sus tierras aptas para la agricultura y ganadería.

“La población de la zona fue una de las primeras en levantarse en la revolución del 9 de Octubre de 1820, el 11 de noviembre del mismo año el cura párroco Dr. Tadeo Romo reunió a los hombres más valientes y enfrentó al escuadrón “Dragones”.” (Gobierno A.D.Municipal del Cantón Mejía , 2013)

Este cantón lleva el nombre de José Mejía Lequerica quien representó a la patria en múltiples disciplinas científicas, sociales y políticas, es recordado por haber defendido los derechos de los americanos en la Corte de Cádiz.

“Fue elevado a la categoría de parroquia en 1.824, según la Ley de División Territorial de junio 25 de 1.824.” (Gobierno A.D.Municipal del Cantón Mejía , 2013)

“En 1.869 pasó a pertenecer al cantón Quito, mediante la ley de División Territorial del 30 de agosto de 1.869, el 23 de julio de 1.883 se fundó e instituyó como cantón Mejía.” (Gobierno A.D.Municipal del Cantón Mejía , 2013)

2.2.2. UBICACIÓN

2.2.2.1 LÍMITES

NORTE	Cantón Quito y Rumiñahui
SUR	Provincia de Cotopaxi
ESTE	Provincia de Napo
OESTE	Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Tabla 4: Límites

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.2.2.2 ASPECTOS FÍSICOS

SUPERFICIE	1459 km ²
CLIMA	Entre 1,8° y 21,5° C
ALTITUD	Entre 600 y 4750 m.s.n.m.

Tabla 5: Aspectos físicos

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.2.2.3 OROGRAFÍA

“La topografía del valle interandino en el que se encuentra ubicado el cantón es suave desde la parte central relativamente plana, el terreno empieza a levantarse hacia los volcanes extinguidos Pasochoa y Rumiñahui al este, Atacazo, Corazón e Illinizas al oeste.” (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2001)

2.2.2.4 GEOLOGÍA

“Rocas volcano-sedimentarias marinas de composición andesita basáltica con intercalaciones de meta sedimentos de edad cretácica, caracterizan a la formación Macuchi, la cual se encuentra parcialmente recubierta por rocas volcano clásticas, conglomerados, lutitas, tobas, de la formación silante y rocas sedimentarias marinas tipo flish-calliza de la formación Yungilla y al este rocas volcánicas continentales del pleistoceno oloceno de composición andesita-liparítico. Pequeños cuerpos sin foliación de cuarzo-diorita de homblenda han sido instruidos dentro de las formaciones Silante y Macuchi.” (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2001)

2.2.2.5 HIDROGRAFÍA

“Al este se ubica la micro cuenca del río San Pedro perteneciente a la subcuenta del río Guayllabamba que es alimentado por los deshielos de Rucu Pichincha, Atacazo, Corazón, Illinizas, Rumiñahui, Sincholagua, Pasochoa, Ilalo, Cotopaxi, la micro cuenca cubre 1.512 km². longitud del río 99 km.

Al oeste de encuentra la micro cuenca del río Toachi su cauce principal es el río Pilatón perteneciente a la sub cuenca del río Blanco alimentado por diversos nevados y vertientes que recargan el curso superior como son el de Atacazo, Corazón, Illiniza, Quilotoa, cordillera Leila.” (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2001)

2.2.2.6 DIVISIÓN POLÍTICA

El cantón Mejía cuenta con la parroquia urbana de Machachi como su cabecera cantonal y con las siguientes parroquias rurales: Alóag, Aloasí, Cornejo Astorga (Tandapi), Cutuglahua, El Chaupi, Tambillo, Uyumbicho.

- **MACHACHI**

“Esta ciudad es la cabecera cantonal, se ubica a 2.949 m.s.n.m.; según el padre Pablo Reyes Machachi significa “gran terrero activo”, lo que en la actualidad se conoce como Machachi es el traslado del antiguo panzaleo y sus habitantes de numerosas tribus.” (Gobierno A.D.Municipal del Cantón Mejía , 2013)

- **ALOASÍ**

Esta parroquia está situada a las faldas del Corazón a 2.5 kilómetros al occidente de Machachi, la palabra Aloasí tiene su origen en la lengua Páez o Panzaleo cuyo significado es “terreno amarillo extendido”, es posible que este nombre es debido a que toda la zona agrícola está cubierta por unas flores amarillas llamadas Ñachag.

- **ALÓAG**

El nombre Alóag descrito por historiadores significa “niña mimada” y en lengua Panzaleo “terreno extendido”, ésta es una de las parroquias más antiguas de este cantón que se ha convertido en un centro poblado y lugar estratégico para el paso a las dos regiones naturales de la costa y la sierra.

- **CUTUGLAGUA**

Según los historiadores su significado es “una olla grande y resplandeciente para todos” se encuentra protegido por el Atacazo con 4.457 m.s.n.m.; esta parroquia se fusiona con la ciencia y la investigación ya que aquí se ubica el INIAP.

- **EL CHAUPI**

Está situado al sur occidente del Cantón en los legendarios Ilinizas, su nombre viene del antaño y significa “mitad o del medio” sus tierras son prolijas y eminentemente agrícolas y ganaderas.

- **MANUEL CORNEJO ASTORGA**

Conocida como Tandapi está situada al sur del Cantón se la conoce como la tierra del eterno verano, esta parroquia es paso obligado para los transportistas de carga como para pasajeros que van hacia la costa.

- **TAMBILLO**

Se encuentra situada al norte del Cantón, la palabra Tambillo proviene de la palabra Tambo que significa “venta, posada, albergue, fonda, hostería, parador”, es uno de los asentamientos más antiguos del país.

- **UYUMBICHO**

Se localiza a 23 kilómetros de Quito y a 15 kilómetros de Machachi, la palabra Uyumbicho significa “valle caliente en donde danza el indio a su alrededor” su principal volcán que se encuentra en la zona es el extinto Pasochoa que es el albergue de los últimos reductos de bosque andino.

2.2.3. POBLACIÓN

Tomando en cuenta el censo realizado en el año 2010 el Cantón Mejía posee 81.335 habitantes de los cuales 41.552 son mujeres y 39.783 son hombres, dicha población está distribuida en cada una de las parroquias de acuerdo a las posibilidades que presta cada una. (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2013)

La parroquia que más habitantes tiene es Machachi, luego está Alóag, seguida de Tambillo, en cuarto lugar Aloasí, le sigue Cutuglahua y Uyumbicho finalizando con Manuel Cornejo y la parroquia de El Chaupi.

2.2.4 EDUCACIÓN

El sistema educativo del cantón Mejía muestra un nivel de servicio bastante aceptable, puesto que, en cada parroquia, existe por lo menos un jardín de infantes, una escuela y un colegio. El nivel formativo de los profesores es aceptable, la mayor parte de docentes tiene nivel pos secundario y superior que suman 79.8 %, el restante 20.2 % tiene nivel secundario.

2.2.5 POBREZA

“Se puede evidenciar de acuerdo a los datos del INEC que la pobreza en el cantón es del 54.03%, mientras que el 20, 23 % de la población vive en condiciones de pobreza extrema, de acuerdo a los indicadores de necesidades básicas insatisfechas.

Los datos de pobreza para el cantón Mejía ubican en El Chaupi el mayor índice de pobreza con el 92,89 % seguido de Manuel Cornejo Astorga 82,41% y Cutuglagua 70.08 %.

Machachi es quien menos porcentaje de pobres tiene, sin embargo, el índice es bastante alto, pues poco menos de la mitad de la población se ubica en nivel de pobreza 41.19%.

El 20.23 % de la población vive en condiciones de pobreza extrema, es decir la quinta parte de la población cantonal. Los mayores índices de pobreza extrema se ubican en la población de El Chaupi, con 43.65%, seguido de Manuel Cornejo Astorga y Cutuglagua con el 3.75 y 30.72 % respectivamente.

El índice de vulnerabilidad social, establece a Manuel Cornejo Astorga como el más vulnerable, con el 38,1 %, casi a la par con El Chaupi con el 36.7 %, Mientras que Uyumbicho se muestra como el menos vulnerable con apenas el 16.6 %.” (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2013)

2.2.6 SALUD

“Los sub-centros y puestos de salud que se ubican en el cantón son deficitarios por la notoria falta de personal médico que no cumple con los horarios ni está disponible en casos de emergencia.

Los establecimientos de salud se hallan en precarias condiciones, y que no cuentan con la infraestructura requerida, no disponen de equipos necesarios para brindar una atención médica de calidad. Los principales problemas de salud de la zona son la parasitosis, desnutrición, enfermedades respiratorias, infecciones intestinales entre otras”. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2001)

2.2.7 ECONOMÍA DEL CANTÓN MEJÍA

Mejía es un territorio eminentemente agrícola y ganadero su población se dedica a la crianza de vacunos de las mejores razas, lo que le

ha permitido ocupar un lugar privilegiado entre los primeros y mejores productores de leche, carne y sus derivados. De igual manera, se destaca en el cultivo de hortalizas, legumbres, tubérculos y otros productos agrícolas, que han hecho de este cantón el granero de la provincia y del país en general.

2.2.8 TURISMO EN EL CANTÓN MEJÍA

El turismo en el Cantón Mejía se ha convertido en un rubro socio económico importante como generador de ingresos y empleo, convirtiéndose en una actividad que requiere la participación de diversas áreas productivas (económicas, sociales, ambientales) y de los sectores público y privado para generar actividades, servicios y facilidades a los turistas.

2.2.8.1 CLASIFICACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

ESPACIOS NATURALES	ESPACIOS CULTURALES
<p>MONTAÑAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volcán Cotopaxi, Atacazo, Sincholagua, Rumiñahui, Pasochoa e Ilinizas. • Montaña Corazón • Cerro la Viudita • Colina Mirador Santa Rosa. <p>PLANICIES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valle de los Pedregales. <p>AMBIENTES LACUSTRES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laguna Limpiopungo, Santo Domingo. <p>RÍOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ríos Toachi Pilatón, Chisinche, Corazon, Santa Ana. 	<p>HISTÓRICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura religiosa santuario de la Virgen de los Dolores, Iglesia Matriz de Machachi, Iglesia Tucuso e Iglesia de Uyumbicho. • Lugar histórico estación del tren Aloasí y Tambillo, minas de Sarapullo y antigua carretera García Moreno. • Arquitectura popular Agri-Cayetano, Hacienda Chisinche y Ugshapamba. • Ruinas Pucara Inga Corral, Pucara El Salitre.

<ul style="list-style-type: none"> • Cascada San Luis, Napac, Canchacoto, Cascadas del Rio Chisinche, Del Rio Corazon, Comunidad unión de dos ríos, Silante. • Riachuelo que desemboca en el Rio Cristal. <p>BOSQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bosque Toachi Pilatón, Bombolí, bosque Asociación Agropecuaria San Francisco. <p>AGUAS SUBTERRANEAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aguas minerales Tesalia. • Aguas Termales la Calera. <p>ÁREAS PROTEGIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parque Nacional Cotopaxi • Reserva Ecológica Los Illinizas • Reserva privada Santa Rita • Reserva Biológica La Hesperia • Refugio de Vida Silvestre Pasochoa 	<p>ETNOGRÁFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creencia popular del Señor del Casanto, fiesta de la Virgen de la Merced • Artesanías talabartería, feria de los barro. • Obra de arte Cara del diablo. • Comidas y bebidas típicas feria de la fritada. • Grupos étnicos comunidad San Bartolomé, cultura Chagra. • Mercado de Machachi. <p>REALIZACIONES TÉCNICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obra tecnológica INIAP. • Reservorio San Luis. <p>REALIZACIONES ARTÍSTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Domingos culturales. <p>ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paseo Procesional del Chagra. • Toma de la Plaza. • El Cascaronazo. • El Pamplonazo de Machachi.
--	--

Tabla 6: Clasificación de recursos turísticos



Fuente: Equipo consultor PEDTs MEJÍA 2088-2009/ Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.2.9 GASTRONOMÍA

A lo largo del cantón se encuentra un sin número de platos típicos basados en recetas ancestrales elaboradas con los productos autóctonos del mismo, entre las delicias que ofrece se destacan:


PLATO TÍPICO	ILUSTRACIÓN	DESCRIPCIÓN
<p>CUY ASADO</p>	 <p>Ilustración 2.3: Cuy asado</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Consiste en cuy asado a la brasa, se lo sirve con papas enteras, peladas, en salsa de maní o pepa de sambo tostados y molidos, con ensalada de lechugas, cebolla, tomate y culantro, más la salsa de ají para quienes gustan el picante. Este plato también es conocido con el nombre de RUNAUCHO, este plato era uno de los que comían los antepasados después de las siembras, para recuperar energías.</p>

<p>POLLA RONCA</p>	 <p>Ilustración 2.4: Polla ronca</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Es un plato típico en la región andina del Ecuador se lo consume en grandes cantidades en las fiestas más representativas, se la prepara como una colada de máchica con papas, col y costilla de res.</p>
<p>HORNADO</p>	 <p>Ilustración 2.5: Hornado</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Este delicioso platillo contiene carne de cerdo con trozos de cuero crocante, tortillas de papa, mote, aguacate, choclo, tostado, y en varios locales lo acompañan con maduro frito, todo esto bañado por el agrio, una salsa que se elabora con chicha de jora, cebolla paiteña, tomate, ají, perejil, cilantro, entre otros condimentos.</p>

<p>HUMITAS</p>	 <p>Ilustración 2.6: Humitas</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Las humitas son pastelitos envueltos que se preparan con choclos o maíz tierno y queso, se cocinan en las hojas del mismo maíz al vapor.</p>
<p>CALDO DE PATAS</p>	 <p>Ilustración 2.7: Caldo de patas</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>El caldo de patas se prepara con la parte baja de las patas de res, requiere una cocción larga, pero permite convertir músculos, tendones y piel en un manjar de muy original consistencia, suave como gelatinosa.</p>

<p>YAHUARLOCRO</p>	 <p>Ilustración 2.8: Yahuarlocro</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>El yahuarlocro, una sopa de papas con intestinos y sangre de oveja que se consume en la región andina de Ecuador, es uno de los platos más representativos del país y su mestizaje. Esta sopa, consiste en un cocido espeso de papas amarillas mezclado con pedazos pequeños de los intestinos de la oveja o borrego, como se la denomina en Ecuador sazonados con un poco de orégano. Se sirve en un plato sopero y muy caliente, acompañado en otro plato pequeño aparte de una porción de sangre de oveja refrita, una rodaja de aguacate y una porción de salsa cruda de cebolla roja mezclada con tomate y perejil.</p>
<p>TRUCHA</p>	 <p>Ilustración 2.9: Trucha</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Uno de los peces más sabrosos de agua dulce es sin duda la trucha, pez que abunda en ríos y lagunas del Ecuador.</p>

<p>TORTILLAS CON CAUCARA</p>	 <p>Ilustración 2.10: Tortillas con caucara</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Esta comida consiste básicamente es tortillas de papa con carne frita y ensalada de lechuga con remolacha.</p>
<p>CALDO DE VILLE</p>	 <p>Ilustración 2.11: Caldo de ville</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Este caldo es típico en la serranía ecuatoriana preparado con el feto de la vaca, el mismo que se lo introduce en el horno de leña hasta que se cocine por completo se lo acompaña con caldo que lleva mote y papas, a este tradicional plato se le atribuye propiedades curativas ya que alguna personas afirman que les ha sanado de anemia, menopausia, esterilidad, etc.</p>

<p>PAPAS CON LIBRILLO</p>	 <p>Ilustración 2.12: Papas con librillo</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Es parte del estómago de la res, el cual se lava con abundante agua. El cual se come crudo acompañado de salsa de maní, perejil, cebolla blanca y cilantro.</p>
<p>SAMBO DE DULCE</p>	 <p>Ilustración 2.13: Sambo de dulce</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Con el sambo maduro se prepara el sambo de dulce, en su preparación se lo pela, se retiran las pepas, se corta en pedazos pequeños y se cocina con panela, canela, especias. Al final se coloca leche y está listo para servirse.</p>

MOROCHO CON EMPANDAS	 <p>Ilustración 2.14: Morocho con empanadas</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Las empanadas de viento son una combinación del queso derretido con la masa frita crocante, espolvoreada con azúcar, es un verdadero deleite para los paladares más exigentes.</p> <p>El morocho dulce, también simplemente conocido como morocho, es una bebida espesa que se prepara con maíz morocho partido, leche, canela, azúcar o panela, y pasas.</p>
HIGOS CON QUESO	 <p>Ilustración 2.15: Higos con queso</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Los higos pasados o dulce de higos son uno de esos postres que representan la esencia de nuestros postres: deliciosos y sencillos. Los higos se cocinan en miel de panela con especias como canela y clavo de olor,</p>

PRISTIÑOS	 <p>Ilustración 2.16: Pristiños</p> <p>Fuente: Gobierno de la Provincia de Pichincha / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	<p>Los pristiños son un postre tradicional navideño en Ecuador. Estos deliciosas frituras se sirven acompañados con miel de panela o miel.</p>
------------------	---	--

Tabla 7: Gastronomía

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.2.10 PROVEEDORES

En el cantón Mejía existen diferentes prestadores de servicios turísticos que ofrecen alojamiento, alimentación y bebidas, distracción tanto natural como cultural y actividades de esparcimiento.

El Cantón Mejía cuenta con 137 prestadores de servicios turísticos, 35 de alojamiento, 90 de alimentos y bebidas, y 12 de distracción o esparcimiento.

A continuación se detalla una lista de los proveedores que posee el cantón Mejía en sus 8 parroquias.

HOSPEDAJE		
MACHACHI		
NOMBRE	DIRECCIÓN	WEB
Hostería Chiguac	Calle Caras y Cristóbal Colón Sector "Mamahuacho"	www.hosteriachiguac.com
Hotel SPA Fuente de la Juventud	Barrio San Francisco deTahuachi	
Hacienda Pachamama	Guitig Bajo	www.haciendapachamama.com
Albergue Restaurant "Hacienda Los Mortiños"	Santa Ana del Pedregal a 500 m antes del control norte	www.losmortinios.com
Hacienda Santa Ana del Pedregal	Santa Ana del Pedregal Vía a la entrada del control norte Parque Nacional Cotopaxi	www.santaanacotopaxi.com
Secret Garden	Loreto del Pedregal	
Hostería Chilcabamba	Loreto Pedregal	www.chilcabamba.com
Hostería Mauca Pedregal	Loreto Pedregal	
Tambopaxi	Parque Nacional Cotopaxi - A 1 Km. del Control Norte	www.tambopaxi.com
Tierra del Volcán	Parque Nacional Cotopaxi- 4 Km. Del ingreso Norte del Parque Nacional Cotopaxi	www.tierradelvolcan.com

Hacienda Yanahurco	Sur este del Volcán Cotopaxi a 100 Km. de Quito	www.haciendayanahurco.com
Hostal Centro Revitalizador Machachi	Panamericana Sur 2 Km. Antes del Peaje Estación Machachi	
Hotel La Estancia Real	Luis Cordero y Panzaleo	
Motel El Rey	Panamericana Sur Km. 37 (Valle Hermoso)	
Hotel Castillo del Valle	Panamericana Sur Km. 40	
ALOASÍ		
Hostería Umbría Gourmet	Barrio Umbría	www.haciendaumbria.com
Refugio de Montaña Sierraloma	Al sur de la Estación Ferroviaria	www.sierraloma.com
Hostería y Granja La Estación	Barrio La Estación	
Hostería Puerta al Corazón	Al sur de la Estación Ferroviaria	
Hostería Papagayo	Hacienda Bolivia, Panamericana Sur Km. 43	www.hosteria-papagayo.com
Cabañas Cielo y Miel	La Avanzada	
EL CHAUPI		
Hostería La Llovizna	Camino Illinizas Principal s/n y Mejía	
Chuquiragua Lodge	Ingreso principal al Chaupi, vía al Corazón	chuquiragualodge@gmail.com
Hostería Refugio de Montaña "Huerta Sacha"	Ingreso principal a los Illinizas, El Chaupi	mairy.muela@gmail.com
Nuevos Horizontes Refugio de Montaña	Sector El Chaupi, media cuadra arriba de la plazoleta	www.illinizasrefuge.com
Hostería Nina Rummy	Centro de la Parroquia	
Refugio de los Illinizas	Los Illinizas a 4.700 msnm	www.illinizasrefuge.com
UYUMBICHO		
Área 51	Barrio San Cristóbal	
Séptimo Cielo	Barrio San Cristóbal	
TAMBILLO		
Hostal Marvel	Vía a los Chillos	
Hostal Nuca Huasi	Vía a los Chillos	

CUTUGLAHUA		
Motel Luxor VIP	Pana Sur Km. 19 Barrio La Joya	
MANUEL CORNEJO ASTORGA		
Hostería La Alegría	Sector Rumipamba	www.haciendalaalegria.com
Reserva Privada Bosque Hacienda Bomboli	Vía Alóag Santo Domingo Km. 20	
Hotel Restaurante El Corcel	Panamericana Sur Km.27 – La Aduana	
New York	Panamericana Sur Km. 32	

Tabla 8: Proveedores hospedaje

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

ALIMENTACIÓN	
MACHACHI	
NOMBRE	DIRECCIÓN
La Posada del Chagra I	Av. Amazonas y Rafael Arroba
La Posada del Chagra II	Panamericana sur Km. 37 Barrio el Timbo
Café de la Vaca	Panamericana Sur Km. 41
Patio de Comidas	Luis Cordero entre la Av. Amazonas y José Mejía
Comedor Municipal	Calle José Mejía y Luis Cordero
La Casa de la Abuela	Av. Cristóbal Colón y Colombia
Refugio	Av. Cristóbal Colón y Colombia
Cevichería del Popular Cobeña	Av. Pablo Guarderas
Cafetería Colón	Av. Cristóbal Colón
Casa Blanca	Av. Amazonas 215 y Luis Cordero
Master Laps	Av. Amazonas y Rafael Arroba
NaldChicken	García Moreno y Luis Cordero
La Fonda Café Bar	Av. Amazonas
El Manaba	Loreto del Pedregal
Cafetería Paulani	José Mejía y Bolívar
Marisquería La Sirena	Panamericana Sur
Chifa – China	Cristóbal Colón y Colombia
Pizzería DiRagazzo	Av. Pablo Guarderas
Pollo Latino	González Suárez y José Mejía
El Pedregal	Cristóbal Colón y Gran Colombia
Pollo Listo	Calle Barriga y Pasaje s/n
Pin Pollo	Panamericana Sur - Barrio San Carlos
Lizcaro Pizzería	CC. Jardines del Valle
SteakHouse – Esthercita	Av. Amazonas y Benítez
El Fogón de Mama Luz	Barrio San José de Tucuso (Parque Central)
Rosy Burguer	Av. Amazonas
Sabroso Pollo	Av. Amazonas y 11 de Noviembre
Salón Amazonas	Amazonas 422 y Antonio Benítez
El Descanso del Chagra	Cooperativa Tesalia
Antojitos de Mi Tierra	Sucre y Colombia Esq. – 292
El Cazador	Av. Bolívar y Colombia
La Bombonera	Simón Bolívar y 10 de Agosto

Bar - Cafetería Antología	Av. González Suarez y Pasaje Mejía
ALOASÍ	
El Buen Sabor	Av. José Ignacio Albuja Barrio el Tambo No. 1
EL CHAUPI	
Santa Cruz	Romerillos
UYUMBICHO	
La Matilde	Vía a Amaguaña
Asadero de pollos y cevichería	Calle Isidro Ayora
TAMBILLO	
La Avelina	Panamericana Sur Km. 25
El Viejo Rosal	Panamericana Sur Km. 25
Pin Pollo	Panamericana Sur Km. 24
Comedor Alóag	Alóag
ALÓAG	
El Buen Sabor	Panamericana Sur Km. 30
Maxipollo	El Obelisco –Alóag
El Paradero del Viajero	Vía Alóag Sto. Domingo Km.3
El Caminante	El Obelisco – Alóag
La Carreta	Pana Sur Km. 28 - El Obelisco
Sandrita	El Obelisco
Paradero del Chofer	Barrio Occidental
Rincón de Carlitos	Barrio El Obelisco
Chifa Restaurante Valle Hermoso	Barrio El Obelisco
MANUEL CORNEJO ASTORGA	
Parador El Volante	Barrio Villavicencio
Miss Fritadas Restaurant	Calle Principal – Junto al Colegio
Marthita	Esquina de la Policía
Picantería las Delicias	Barrio Central
La Choza	Barrio Central
Las Delicias	Calle Principal
Cebichería Flor Manabita	Barrio Ramos Villavicencio
Kiosco Melany	Barrio San Luis
Nuevo Milenio – Popular Cobeña	Barrio Villavicencio
Bienvenido el Panchito	Barrio Villavicencio
Fritadas de Javier	Junto a la Casa Parroquial
Bellavista	Tandapi

Tabla 9: Proveedores alimentación

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

SERVICIOS TURÍSTICOS	
MACHACHI	
NOMBRE	DIRECCIÓN
Tesalia Springs Company	Av. Fernández Salvador
Comunidad Santa Ana de El Pedregal	Santa Ana de El Pedregal
Pita Pedregal	Loreto del Pedregal
Casa de Ejercicios Espirituales San Agustín	Panamericana Sur, Km. 32

Pumamaki Mountain	Calle Caras y Cristóbal Colón Sector "Mamahuacho"
Tiempo Libre AdventureTravel	Bolívar y Mejía(Floretería Las Orquídeas)
Turismo Aventura	Av. Pablo Guarderas N.-985 y De Los Mortiños
Andes Climbing	(Oficina) Urbanización: Los Illinizas Mnza # 4, Casa # 5
Pista emboscada Paintball	Pan Sur Km. 16 Barrio El Timbo
Jodagafi S.A Transporte Turístico	Panamericana Sur Frente al parque del Chagra, entrada a Machachi
Mejias Tours	González Suarez y Amazonas
Chagras Tours	Av. Amazonas y Antonio Benítez, Comercial María oficina 8
Urcu Bikers	Av. Pablo Guarderas N° 985 y de los Mortiños
Pesca Deportiva "Don Pedro"	Puente del Barrio Guitig Bajo
Talabartería Olmos	Gloria Olmos
ALOASÍ	
Asociación de Productores Agropecuarios, Turísticos y Artesanales "Miraflores Bajo"	Barrio Miraflores
Hacienda Agri – Cayetano (Agroturismo)	A 150 m de la Estación Ferroviaria
Fundación Ugshapamba (Agroturismo)	La Avanzada
Santuario de Flora y Fauna Cumbiteo (sendero y camping)	Barrio de Umbría
Bee farm Ugshapamba (Apiturismo y Agroturismo)	Sector La Moya – Aloasí
Asociación Santa Anita de Changallí	Santa Anita de Changallí
Finca Agrícola San José	Barrio San Roque
EL CHAUPI	
Piedra Linda	El Chaupi
Chaquinán Explorer	Esteban Escobar
CUTUGLAHUA	
Manantial del Sur	Panamericana Sur Km.17 – Barrio San Miguel
ALOAG	
NOMBRE	DIRECCIÓN
Reserva Bosque Hacienda Bombolí	Vía Alóag Santo Domingo Km. 20 (ingreso por la Hda. La Florida)
2Reserva Natural La Hesperia	Km.58 Vía a Alóag - Vía Alóag Santo Domingo
Complejo Antonella	Barrio La Banda
Pre Asociación Machay	Pre Asociación Machay
Inti HuasiFarms	Vía Alóag Santo Domingo Km. 17

Tabla 10: Proveedores servicios turísticos

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

2.2.11 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.2.11.1 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar esta parte del proyecto se toma en cuenta la información brindada por la Dirección de Desarrollo Turístico del cantón la cual detalla el número de prestadores turísticos con los que cuenta el cantón. Y así poder calcular el número de unidades de muestreo al que se debe realizar la investigación pertinente a través de encuestas.

Se toma en cuenta este grupo ya que son los más indicados para dar su opinión acerca del estado que tiene el cantón en el ámbito turístico y de esta forma realizar un análisis de que es lo que requiere el mismo para poder alcanzar un desarrollo turístico.

2.2.11.2 FÓRMULA

La fórmula que se utilizó para calcular el tamaño de la muestra fue la finita ya que se cuenta con un número exacto de prestadores de servicio.

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

2.2.11.3 DESARROLLO

z= nivel de confianza (1,96)

p= variabilidad negativa (20)

q= variabilidad positiva (80)

N= tamaño de la población (137) número de prestadores de servicio

e= error (0.1)

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.20)(0.80)(137)}{(137)(0.1)^2 + (1.96)^2(0.20)(0.80)}$$

$$n = \frac{(2.72)(0.20)(0.80)(137)}{(137)(0.01) + (2.72)(0.20)(0.80)}$$

$$n = \frac{59.62}{1.37 + 0.4}$$

$$n = \frac{59.62}{1.77}$$

$$n = 33.68$$

n = 34 unidades de muestreo

2.2.12 ENCUESTA

La presente encuesta se la realizó a los prestadores de servicios turísticos del Cantón Mejía ya que estos son los que están relacionados día a día con la situación turística del cantón, conocen las falencias y fortalezas que tiene el mismo, además ellos aportarán con ideas para poder fortalecer el turismo en el cantón y de esta manera lograr que el cantón llegue a ser un destino turístico relevante en el país.

2.2.12.1 TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN

PREGUNTA Nº 1

SELECCIONE QUE SERVICIO OFRECE EN EL CANTÓN MEJÍA.

SERVICIO TURISTICO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
V	ALOJAMIENTO	8	23,5	23,5
á	ALIMENTACION	15	44,1	67,6
i	TRASNPORTE	6	17,6	85,3
d	RECREACION	5	14,7	100,0
o	Total	34	100,0	
s				

Tabla 11: Servicio turístico

Fuente: Pregunta Nº 1 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

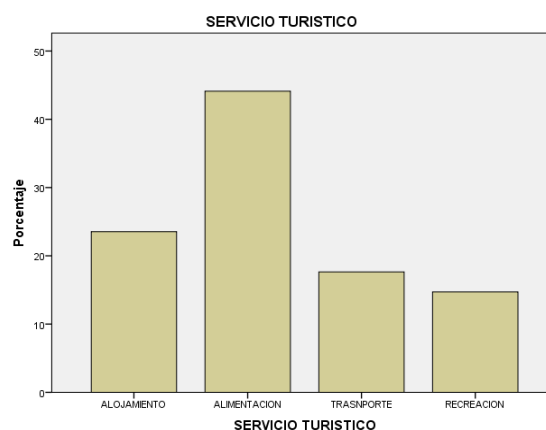


Gráfico 6: Servicio turístico

Fuente: Pregunta Nº 1 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

Según los resultados de la encuesta señalan que existen más prestadores de servicios turísticos que ofrecen alimentación, esto indica que la mayoría de visitas al cantón son para degustar los platos típicos que el

mismo ofrece siendo este servicio el más importante, en comparación a la recreación que no tiene el suficiente número de prestadores, por esta razón se recomienda que exista el apoyo para los prestadores que ofrecen servicios de recreación ya que en el cantón existe muchos lugares en los cuales se pueden realizar actividades de recreación.

PREGUNTA Nº 2

DE ACUERDO A SU CRITERIO CONSIDERA QUE EL CANTÓN MEJÍA TIENE UNA ADECUADA PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA (HOSPEDAJE, ALIMENTACIÓN, TRANSPORTE).

ADECUADA PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURISTICA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	20	58,8	58,8
	NO	14	41,2	100,0
	Total	34	100,0	

Tabla 12: Adecuada planta e infraestructura turística

Fuente: Pregunta Nº 2 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

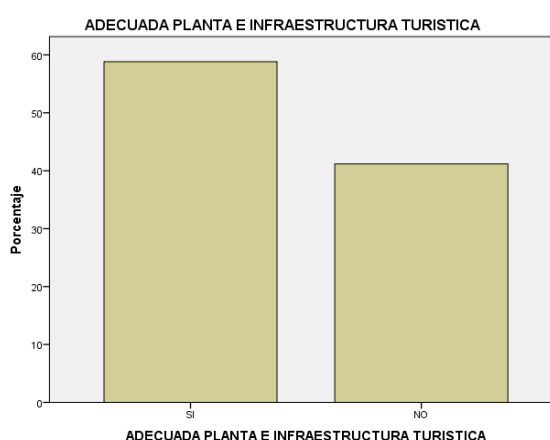


Gráfico 7: Adecuada planta e infraestructura turística

Fuente: Pregunta Nº 2 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

El resultado señala que la mayoría de los prestadores de servicios turísticos creen que si existe una adecuada infraestructura turística sin embargo cabe señalar que también existe un considerable porcentaje de prestadores que creen que no, esto indica que la infraestructura turística debe mejorar para que el cantón pueda satisfacer una mayor demanda de turistas y de esta manera exista un mayor ingreso económico por parte de la actividad turística.

PREGUNTA Nº 3

DE LA SIGUIENTE LISTA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS UBICADOS EN EL CANTÓN MEJÍA, ENUMERE DEL 1 AL 5 CUÁLES SON LOS MÁS RELEVANTES (SIENDO 1 EL MÁS IMPORTANTE Y 5 EL MENOS IMPORTANTE).

TESALIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY IMPORTANTE	3	8,8	8,8	8,8
	IMPORTANTE	2	5,9	5,9	14,7
	NI MUY IMPORTANTE	4	11,8	11,8	26,5
	NI MENOS IMPORTANTE				
	POCO IMPORTANTE	8	23,5	23,5	50,0
	MENOS IMPORTANTE	17	50,0	50,0	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tabla 13: Tesalia

Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

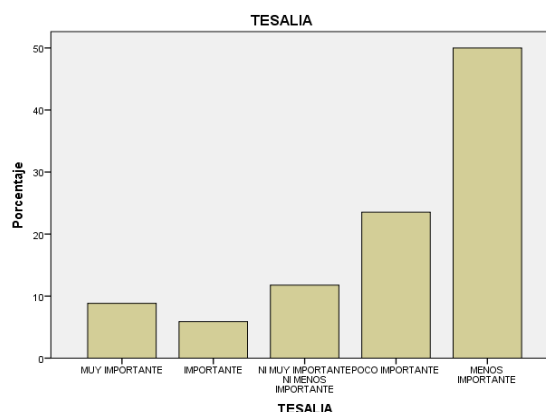


Gráfico 8: Tesalia

Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

TESALIA no es un atractivo que tenga relevancia en comparación a otros que posee el cantón, esta poca acogida se debe a que este atractivo no tiene una adecuada promoción, también sus instalaciones no se han ido modernizando con el paso del tiempo, razón por la cual es indispensable fomentar en el plan de marketing el desarrollo de este atractivo para que puede aumentar su número de visitantes.

PARQUE NACIONAL COTOPAXI

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY IMPORTANTE	14	41,2	41,2
	IMPORTANTE	5	14,7	55,9
	NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	9	26,5	82,4
	POCO IMPORTANTE	4	11,8	94,1
	MENOS IMPORTANTE	2	5,9	100,0
	Total	34	100,0	100,0

Tabla 14: Parque Nacional Cotopaxi

Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

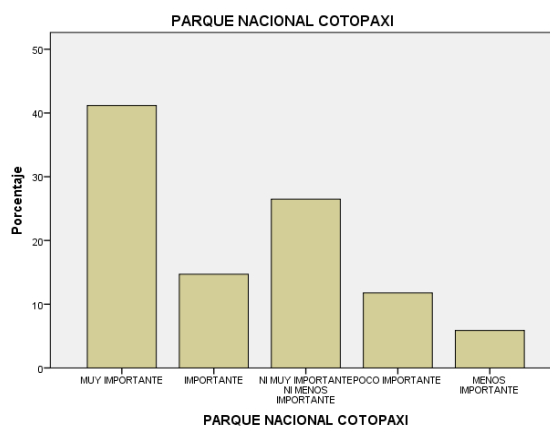


Gráfico 9: Parque Nacional Cotopaxi

Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN

El Parque Nacional Cotopaxi es un atractivo conocido a nivel nacional e internacional ya que es uno de los volcanes activos más grandes del mundo además es un nevado de visita obligatoria para las personas que practican ascenso de montaña, por esta razón este atractivo es el más relevante que posee el cantón, sin embargo se debe seguir promocionándolo ya que los turistas que lo visitan pueden conocer que el cantón además de este atractivo posee un sin número de destinos turísticos.

AVENIDA DE LOS VOLCANES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
MUY IMPORTANTE	4	11,8	11,8	11,8
IMPORTANTE	14	41,2	41,2	52,9
NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	9	26,5	26,5	79,4
POCO IMPORTANTE	3	8,8	8,8	88,2
MENOS IMPORTANTE	4	11,8	11,8	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 15: Avenida de los volcanes

Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

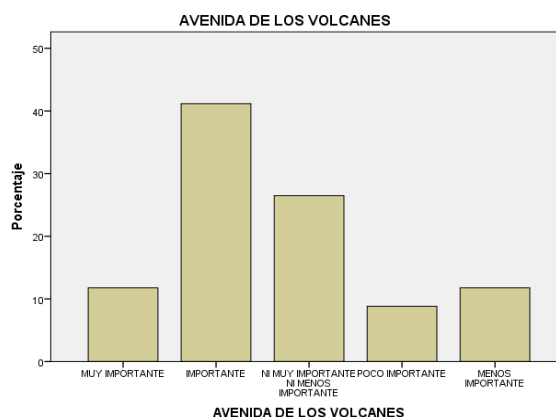


Gráfico 10: Avenida de los volcanes
Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

La Ruta de los volcanes es un atractivo muy conocido en el cantón ya que a muchos turistas les gusta practicar deportes como escalada de montaña, la cabalgata entre otros, es por esta razón que este atractivo recibe un importante número de visitas, pero esta ruta es conocida en su mayoría a nivel cantonal, razón por la cual se la debe promocionar a escala nacional para que este atractivo pueda recibir una mayor cantidad de visitantes.

ESTACION DEL TREN TAMBILLO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
MUY IMPORTANTE	7	20,6	20,6	20,6
IMPORTANTE	5	14,7	14,7	35,3
NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	6	17,6	17,6	52,9
POCO IMPORTANTE	9	26,5	26,5	79,4
MENOS IMPORTANTE	7	20,6	20,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 16: Estación del tren Tambillo

Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

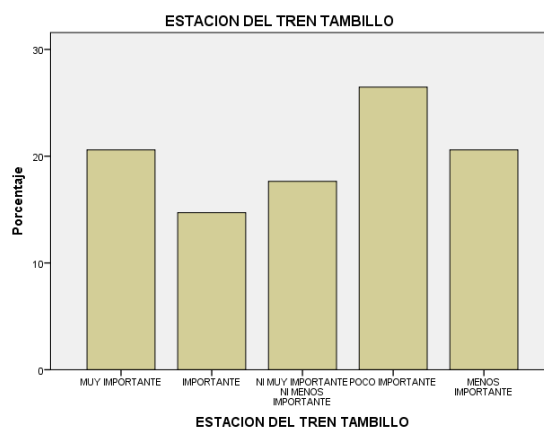


Gráfico 11: Estación del tren de Tambillo
Fuente: Pregunta N° 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

La estación de tren de Tambillo es un atractivo importante pero a su vez no relevante ya que solo es un destino de paso porque la mayoría de visitantes prefiere ir a la estación de Aloasí ya que en esta existe un museo, por esta razón se debe tratar de promocionar más a este destino y ofrecer las diferentes alternativas de turismo que se puede realizar en esta parroquia.

PASOCHOA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MUY IMPORTANTE	6	17,6	17,6	17,6
IMPORTANTE	8	23,5	23,5	41,2
NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	5	14,7	14,7	55,9
POCO IMPORTANTE	10	29,4	29,4	85,3
MENOS IMPORTANTE	5	14,7	14,7	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 17: Pasochoa

Fuente: Pregunta N° 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

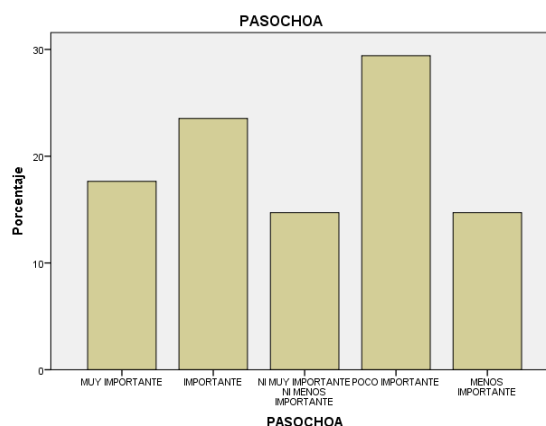


Gráfico 12: Pasochoa

Fuente: Pregunta Nº 3 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

El Pasochoa pese a ser un atractivo turístico conocido a nivel nacional no es relevante en el cantón ya que la mayoría de turistas creen que este atractivo pertenece a otro cantón de la provincia de Pichincha, por ende es importante dar a conocer a este atractivo como propio del cantón Mejía para que así se pueda obtener mayores ingresos gracias al turismo.

INTERPRETACIÓN FINAL:

Como resultado final se puede concluir que el atractivo más relevante es el Parque Nacional Cotopaxi ya que es un destino conocido a nivel mundial, pero existen otros atractivos que pueden llegar a convertirse en relevantes siempre y cuando se realice una adecuada promoción turística que abarque a todas las provincias del país ya que muchos de estos son conocidos solo a nivel cantonal, también se debe hacer énfasis en que se modernicen sus instalaciones como es el caso de Tesalia y Estación de tren de Tambillo.

PREGUNTA Nº 4

DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DE TURISMO ALTERNATIVO ENUMERE DEL 1 AL 5 CUÁLES PIENSA USTED QUE TIENEN LA MEJOR ACOGIDA EN EL CANTÓN (SIENDO 1 EL MÁS IMPORTANTE Y 5 EL MENOS IMPORTANTE).

CABALGATA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY IMPORTANTE	9	26,5	26,5	26,5
	IMPORTANTE	7	20,6	20,6	47,1
	NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	4	11,8	11,8	58,8
	POCO IMPORTANTE	6	17,6	17,6	76,5
	MENOS IMPORTANTE	8	23,5	23,5	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tabla 18: Cabalgata

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

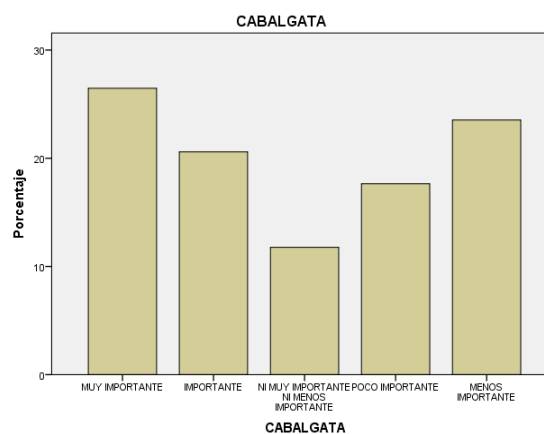


Gráfico 13: Cabalgata

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

La cabalgata es una opción de turismo alteranativo que tiene gran acogida en el cantón ya que al ser este típicamente ganadero posee varias razas de equinos pura sangre, gracias a esto el mismo se puede convertir en uno de los mayores sitios turísticos en el que se pueda practicar este deporte.

CAMINATA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MUY IMPORTANTE	2	5,9	5,9	5,9
IMPORTANTE	14	41,2	41,2	47,1
NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	7	20,6	20,6	67,6
POCO IMPORTANTE	11	32,4	32,4	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 19: Caminata

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

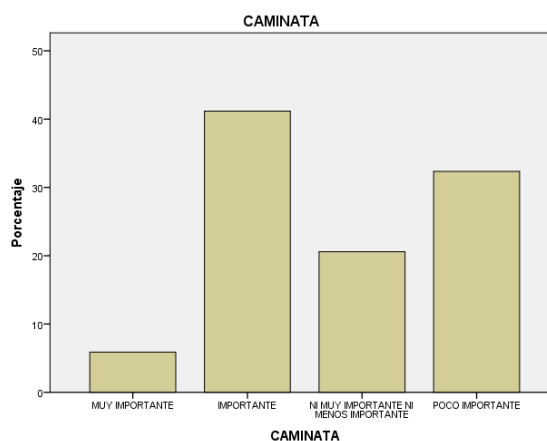


Gráfico 14: Caminata

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

La caminata no es una opción relevante en lo referente a turismo alternativo, ya que pese a existir senderos para realizar esta actividad el clima es un factor que afecta directamente ya que el cantón en su mayoría es frío y esto no permite que los turistas realicen esta actividad con total normalidad, sin embargo se puede buscar alternativas para contrarrestar este problema, una de ellas puede ser que existan puntos de información sobre el clima en el cantón y también sobre recomendaciones a los turistas para realizar esta actividad.

ESCALADA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MUY IMPORTANTE	9	26,5	26,5	26,5
IMPORTANTE	10	29,4	29,4	55,9
NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	2	5,9	5,9	61,8
POCO IMPORTANTE	9	26,5	26,5	88,2
MENOS IMPORTANTE	4	11,8	11,8	100,0
Total5	34	100,0	100,0	

Tabla 20: Escalada

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

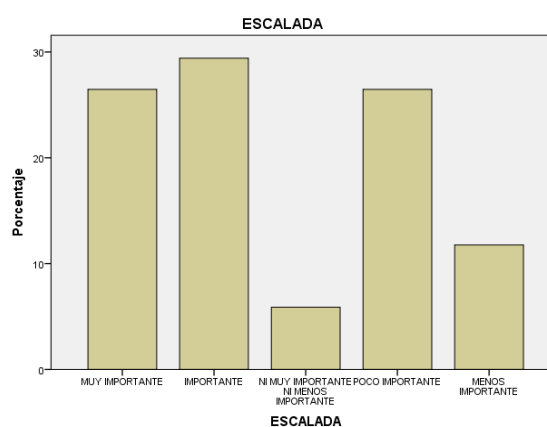


Gráfico 15: Escalada

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

La escalada es la opción más relevante en lo referente a turismo alternativo ya que el cantón posee una extensa variedad de elevaciones de diferente altitud y esto permite que tanto expertos como principiantes puedan realizar esta actividad, es por esto que gracias a este deporte existe un buen porcentaje de ingresos en el sector turístico.

CAMPING

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY IMPORTANTE	6	17,6	17,6	17,6
	NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	5	14,7	14,7	32,4
	POCO IMPORTANTE	7	20,6	20,6	52,9
	MENOS IMPORTANTE	16	47,1	47,1	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tabla 21: Camping

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

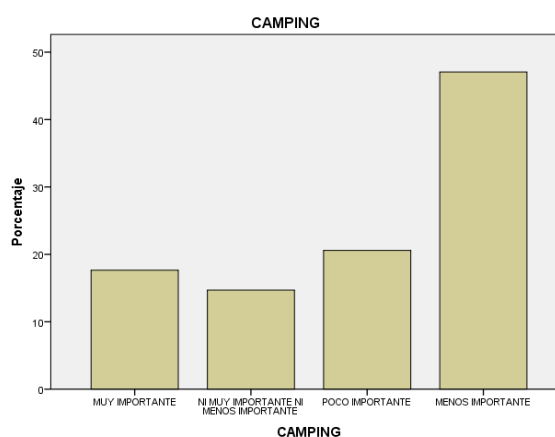


Gráfico 16: Camping

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

El camping no tiene gran acogida en lo referente a turismo alternativo ya que existen lugares para realizar esta actividad pero no son promocionados adecuadamente además el clima afecta en gran parte ya que en la mayoría del cantón en horas de la noche y madrugada la temperatura desciende notablemente y esto puede afectar la salud de los turistas en especial cuando no cuentan con las herramientas necesarias para pernoctar en un lugar al aire libre.

CICLISMO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY IMPORTANTE	8	23,5	23,5	23,5
	IMPORTANTE	3	8,8	8,8	32,4
	NI MUY IMPORTANTE NI MENOS IMPORTANTE	16	47,1	47,1	79,4
	POCO IMPORTANTE	2	5,9	5,9	85,3
	MENOS IMPORTANTE	5	14,7	14,7	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

Tabla 22: Ciclismo

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

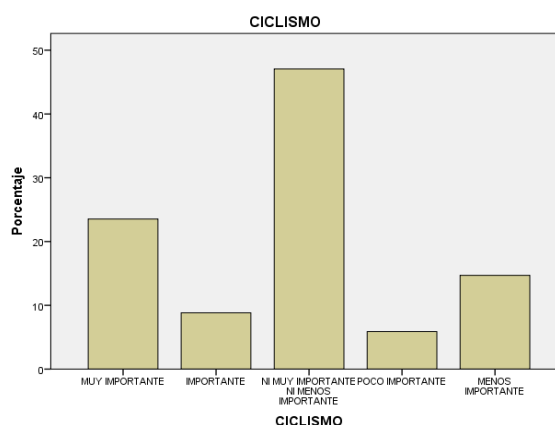


Gráfico 17: Ciclismo

Fuente: Pregunta Nº 4 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN :

El ciclismo es una opción de turismo relevante que va creciendo en el cantón ya que a tenido una buena acogida en especial el ciclismo de montaña que es un deporte extremo, sin embargo es importante dar a conocer varios circuitos ciclisticos que se han creado a lo largo del cantón y que no han tennido la adecuada promoción.

INTERPRETACIÓN FINAL:

Como resultado final se obtiene que la escalda es la opción más relevante en lo referente a turismo alternativo ya que en el cantón existen diferentes elavaciones donde el turista puede realizar esta actividad en diversos niveles de dificultad, sin embargo existen opciones de turismo alternativo que no tienen mucha acogida por el clima frio que en su mayoría posee el cantón como lo es la caminata y el camping por esa razón es importante dar a connocer a los turistas que estas actividades se las puede realizar sin ninguna dificultad siempre y cuando se tenga la vestimenta y el quipo necesario sin poner en riesgo su salud.

PREGUNTA Nº 5

EL CANTÓN MEJÍA POSEE VARIOS EVENTOS TRADICIONALES, SEÑALE A SU PARECER CUÁL ES EL QUE ATRAE A MÁS TURISTAS AL CANTÓN.

EVENTOS TRADICIONALES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
TOMA DE LA PLAZA	1	2,9	2,9	2,9
PASEO PROCESIONAL DEL CHAGRA	29	85,3	85,3	88,2
FESTIVAL DEL MORTIÑO	4	11,8	11,8	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 23: Eventos tradicionales

Fuente: Pregunta Nº 5 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

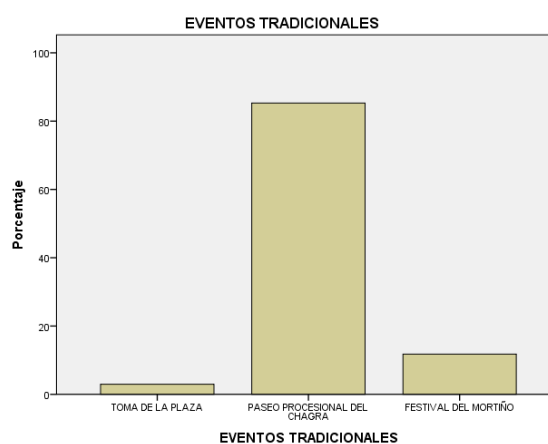


Gráfico 18: Eventos tradicionales

Fuente: Pregunta Nº 5 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN

El evento tradicional que más atrae a turistas al cantón es el paseo procesional el chagra, sin embargo existen otras festividades que son importantes pero poco conocidas como lo son el festival del mortiño y la

toma de la plaza por lo tanto es fundamental que estas se promocionen para que el cantón reciba mayor afluencia de turistas en diferentes eventos y esto sea un aporte economico para el desarrollo del cantón.

PREGUNTA Nº 6

EN QUÉ TEMPORADA EL CANTÓN MEJÍA RECIBE MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS.

AFLUENCIA DE TURISTAS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ENERO – MARZO	2	5,9	5,9
	ABRIL – JUNIO	6	17,6	23,5
	JULIO - SEPTIEMBRE	26	76,5	100,0
	Total	34	100,0	100,0

Tabla 24: Afluencia de turistas

Fuente: Pregunta Nº 6 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

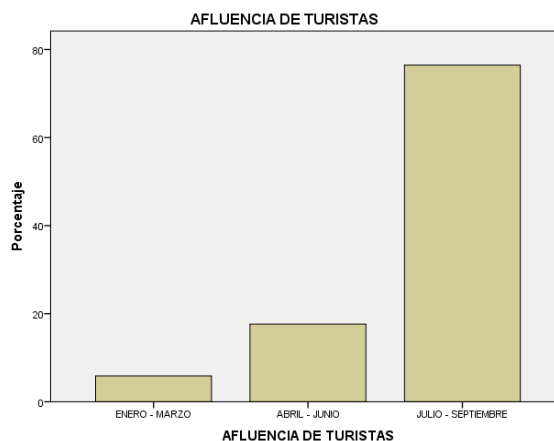


Gráfico 19: Afluencia de turistas

Fuente: Pregunta Nº 6 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

El cantón Mejía recibe mayor afluencia de turistas en los meses de JULIO – SEPTIEMBRE esto se debe a que en el mes de julio se realiza el paseo procesional del chagra fiesta típica del cantón, en el resto de meses el cantón no recibe un adecuado número de visitantes, por lo tanto es primordial promocionar otras festividades, y opciones de turismo para de esta manera contar con un flujo continuo de turistas en todos los meses del año.

PREGUNTA Nº 7

EN SU OPINIÓN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE CANTÓN MEJÍA SON CONOCIDOS A NIVEL.

ATRACTIVOS CONOCIDOS A NIVEL

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	LOCAL	4	11,8	11,8
	CANTONAL	12	35,3	47,1
	PROVINCIAL	9	26,5	73,5
	NACIONAL	9	26,5	100,0
	Total	34	100,0	100,0

Tabla 25: Atractivos conocidos a nivel

Fuente: Pregunta Nº 7 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

IMÁGEN Nº 2.36

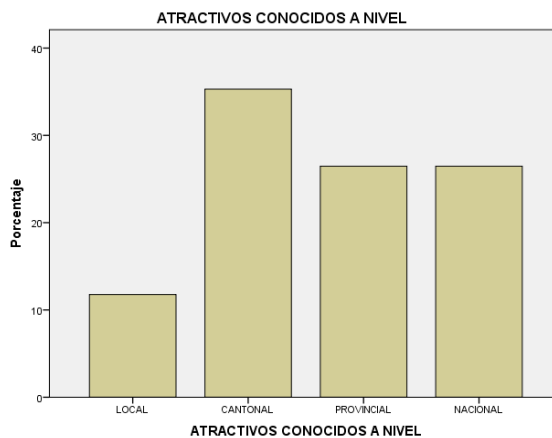


Gráfico 20: Atractivos conocidos a nivel

Fuente: Pregunta Nº 7 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

Los atractivos turísticos del cantón en su mayoría son conocidos a nivel cantonal, esto se debe a que no existe una adecuada promoción turística para difundir al cantón a nivel nacional, y de esta manera contar con un mayor número de visitantes provenientes de todo el país .

PREGUNTA Nº 8

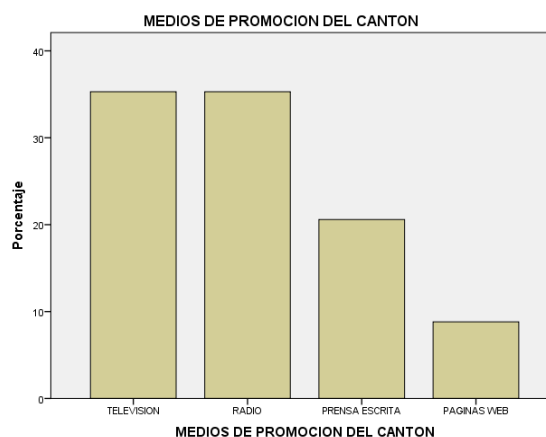
SEGÚN SU OPINIÓN DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN ENUMERADOS, ¿CUÁL HA SIDO EL MÁS UTILIZADO PARA PROMOCIONAR AL CANTÓN?

MEDIOS DE PROMOCION DEL CANTON

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos TELEVISION	12	35,3	35,3	35,3
RADIO	12	35,3	35,3	70,6
PRENSA ESCRITA	7	20,6	20,6	91,2
PAGINAS WEB	3	8,8	8,8	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 26: Medios de promoción del cantón

Fuente: Pregunta Nº 8 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

**Gráfico 21: Medios de promoción del cantón**

Fuente: Pregunta Nº 8 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

Los medios de difusión por los cuales el cantón a sido en su mayoría promocionado son television y radio esto se debe a que estos eran los medios que más atraen al espectador, sin embargo en la actualidad con el

avance de la tecnología existen nuevos medios que están al alcance de todas las personas y que son de precios accesibles esto ayudaría a que el cantón se pueda promocionar de mejor manera e ir a la par con el avance de la tecnología en lo referente a publicidad.

PREGUNTA N° 9

SEGÚN SU CRITERIO ¿CUÁL HA SIDO LA PRINCIPAL DIFICULTAD QUE TIENE EL CANTÓN MEJÍA PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS?

DIFICULTAD PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
VIAS DE ACCESO	11	32,4	32,4	32,4
CAPACITACION DE PRESTADORES	9	26,5	26,5	58,8
FALTA DE APOYO POR PARTE DE AUTORIDADES	11	32,4	32,4	91,2
ATRACTIVOS TURISTICOS EN MAL ESTADO	3	8,8	8,8	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 27: Dificultad para promocionar los atractivos

Fuente: Pregunta N° 9 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

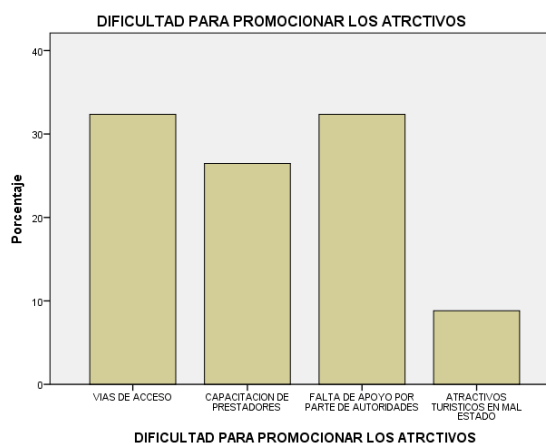


Gráfico 22: Dificultad para promocionar los atractivos
Fuente: Pregunta N° 9 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos en la encuesta señalan que las principales dificultades para promocionar los atractivos en el cantón son la falta de apoyo por parte de las autoridades y las vías de acceso, este es un problema que afecta en gran medida al desarrollo del cantón no solo en el ámbito turístico, por esta razón es importante que tanto autoridades como prestadores de servicios turísticos trabajen mancomunadamente en beneficio del turismo en el cantón

PREGUNTA N° 10

SEGÚN SU CRITERIO ¿UN PLAN DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA SERÍA BENEFICIOSO PARA EL CANTÓN MEJÍA?

PLAN DE MARKETING BENEFICIOSO PARA EL CANTON

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	34	100,0	100,0	100,0

Tabla 28: Plan de marketing beneficioso para el cantón

Fuente: Pregunta N° 10 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

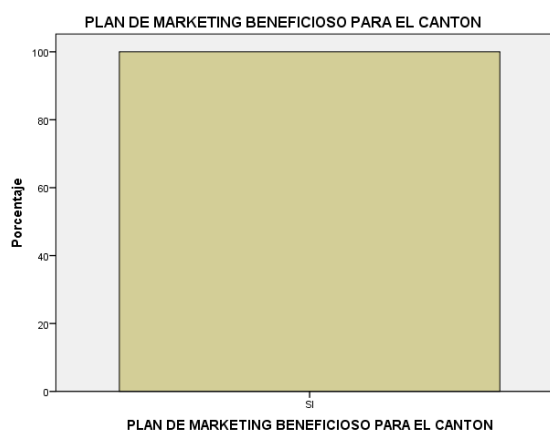


Gráfico 23: Plan de marketing beneficioso para el cantón

Fuente: Pregunta N° 10 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

Todos los encuestados piensan que un plan de marketing para el fortalecimiento de la promoción turística sería beneficioso para el cantón Mejía ya que gracias a este incrementaría el ingreso de turistas también habría un mayor ingreso económico por parte del turismo al cantón.

PREGUNTA N°11

¿CUÁL CREE USTED QUE SERÍA EL MEDIO DE PUBLICIDAD MÁS EFECTIVO PARA PROMOCIONAR AL CANTÓN MEJÍA?

MEDIO DE PUBLICIDAD MAS EFECTIVO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MATERIAL P.O.P.	3	8,8	8,8	8,8
PAGINAS WEB	14	41,2	41,2	50,0
ANUNCION PUBLICITARIOS EN MEDIOS DE TRANSPORTE PUBLICO	7	20,6	20,6	70,6
MAILING	3	8,8	8,8	79,4
VALLAS PUBLICITARIAS	7	20,6	20,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 29: Medio de publicidad más efectivo

Fuente: Pregunta N° 11 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

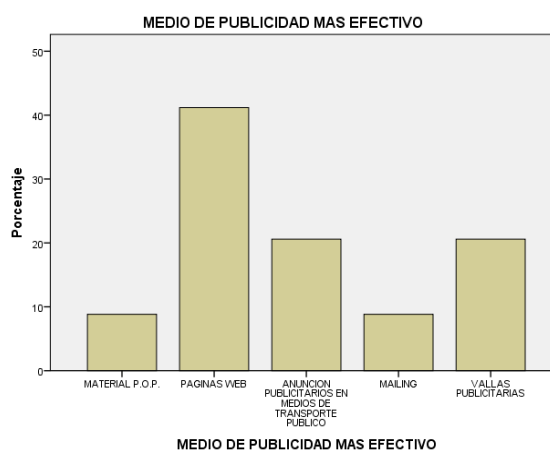


Gráfico 24: Medio de publicidad más efectivo

Fuente: Pregunta N° 11 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

Las páginas web son el medio de publicidad más efectivo para promocionar al cantón ya que en este se puede acceder a información

detallada del cantón, puede ser utilizado por personas de toda edad y su precio es accesible, pero cabe recalcar que también existen otros medios que pueden ayudar en gran medida a publicitar el cantón como son los anuncios en medios de transporte y las vallas publicitarias ya que estos son algunos de los medios más efectivos de publicidad en el país.

PREGUNTA Nº 12

¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES CONTRIBUIRÍA A LA PROMOCIÓN Y A DIFUNDIR LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN MEJÍA?

CONTRIBUIRÍA A LA PROMOCION

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
FERIAS TURISTICAS	25	73,5	73,5	73,5
EVENTOS DEPORTIVOS	3	8,8	8,8	82,4
EVENTOS CULTURALES	6	17,6	17,6	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Tabla 30: Contribuiría a la promoción

Fuente: Pregunta Nº 12 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

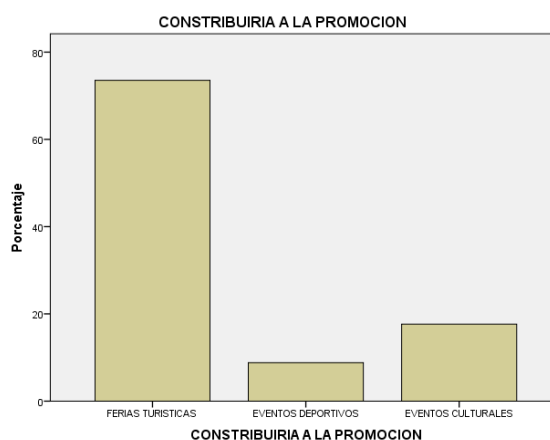


Gráfico 25: Contribuiría a la promoción

Fuente: Pregunta Nº 12 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INTERPRETACIÓN:

Las ferias turísticas son las actividades que más contribuirían con la promoción turística del cantón ya que en estas se da a conocer todos los atractivos, deportes, festividades y otras actividades que se pueden realizar en el mismo, sin embargo existen otras opciones de promocionar al turismo que también beneficiarían al turismo en el cantón como son eventos deportivos y culturales.

2.2.12.2 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA:

A continuación se presentan las conclusiones obtenidas luego de realizar la encuesta a 34 prestadores de servicios turísticos del Cantón Mejía.

- En el Cantón Mejía la mayoría de prestadores de servicios turísticos ofrecen servicios de alimentación, esto nos indica que existe un desequilibrio de servicios turísticos para ofertar en el mismo. .
- De los prestadores de servicios turísticos encuestados la mayoría consideran que el cantón sí posee una adecuada planta e infraestructura turística, sin embargo cabe recalcar que este porcentaje no es muy elevado ya que otros piensan que no existe.
- El atractivo más relevante que posee el cantón es el Parque Nacional Cotopaxi seguido de la ruta turística avenida de los volcanes, esto nos indica que el cantón es reconocido por sus elevaciones, montañas y volcanes.

- La escalada de montaña es la opción que tiene mas acogida en lo que se refiere a turismo alternativo ya que en el cantón existe varios puntos donde se puede realizar esta actividad.
- La festividad que mas atrae turistas al cantón Mejía es el paseo procesional del chagra, sin embargo existen otros eventos tradicionales que podrían incrementar el flujo de turistas, debido a esto es importante realizar una promoción adecuada para estas festividades.
- Los meses que el cantón recibe la mayor afluencia de turistas son julio, agosto y septiembre sin embargo es de gran importancia realizar publicidad durante todo el año para que el cantón reciba turistas en todos los meses.
- Los atractivos turísticos que posee el cantón en su gran mayoría son conocidos a nivel cantonal, por esta razón es importante hacer énfasis en dar a conocer al cantón a nivel nacional para que el mismo llegue a ser un destino turístico relevante en el país.
- Los medios de difusión más utilizados para promocionar al cantón son la televisión y radio.
- La principal dificultad para promocionar los atractivos turísticos del cantón son las vías de acceso y la falta de apoyo por parte de las autoridades, esto afecta de forma directa al desarrollo del cantón ya que disminuye el ingreso de visitantes al mismo.

- Todos los prestadores de servicios turísticos están de acuerdo en que un plan de marketing sería beneficioso para el desarrollo del cantón.
- De acuerdo con los resultados las páginas web sería el medio de publicidad más efectivos para promocionar al cantón, ya que con el avance tecnológico estas pueden ser de fácil acceso para todo tipo de personas.
- Las ferias turísticas serían las actividades que más aporten a la promoción y a difundir los atractivos turísticos del cantón.

2.2.13 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Posee atractivos turísticos relevantes. • Se cuenta con partidas presupuestarias para el turismo. • Privilegiada ubicación que permite un fácil acceso a los atractivos turísticos de la zona. • El turismo está dirigido a todos los segmentos de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posee una escasa planta turística • Mínima capacitación técnica en la población referente al turismo. • Escaso personal para brindar servicios de alta calidad. • Poco interés por parte de los turistas para visitar el cantón.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al sector turístico por parte del Municipio • Mayor desarrollo turístico debido al incremento de turistas. • Incremento de fuentes de empleo • Aumento de ingreso económico para el cantón 	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad • Clima inestable • Pérdida de costumbres y tradiciones por parte de la población. • Falta de cultura turística para conocer nuevos lugares por parte de la población. • Muchos turistas prefieren visitar atractivos turísticos ya conocidos.

Tabla 31: Análisis FODA

Fuente: Pregunta Nº 12 de la encuesta / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. ORGANIZACIÓN

3.1.1. MISIÓN

“Brindar servicios públicos de calidad, en forma equitativa y solidaria, que contribuyan al desarrollo sostenible del cantón Mejía y de sus habitantes; a través de la ejecución de planes, programas y proyectos técnicos que involucren la participación coordinada de la ciudadanía y una administración eficiente, honesta y responsable de los recursos municipales en pro del bienestar común.” (Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía, 2013)

3.1.2 VISIÓN

“Hasta el 2014 el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Mejía ejecutará los planes, programas y proyectos contenidos en la Planificación Estratégica Institucional, habiendo desarrollado una cultura, valores y principios organizacionales que serán evidenciados en el mejoramiento continuo de la calidad y eficacia de los servicios y procesos a fin de satisfacer las necesidades de la comunidad; constituyéndose como un referente de desarrollo local organizado.” (Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía, 2013)

3.1.3 OBJETIVOS INSTITUCIONALES

- Procurar el bienestar material y social de la colectividad y contribuir al fomento y protección de los intereses locales

- Acrecentar el espíritu de nacionalidad, el civismo y confraternidad de los ciudadanos, para lograr el creciente proceso y la indisoluble unidad de la Nación
- Promover el desarrollo económico, social, ambiental y cultural dentro de su jurisdicción
- Cumplir y hacer cumplir las funciones de la administración municipal en materia de planeación y urbanismo, obras públicas, servicios públicos, higiene, ambiente, asistencia social, educación y cultura, hacienda municipal, justicia, seguridad y emergencia ciudadana
- Impulsar la descentralización y asumir competencias en base a la capacidad de cobertura de la organización municipal
- Generar una administración municipal basada en la participación ciudadana, desarrollo del talento humano y utilización eficiente, efectiva y eficaz de los recursos materiales y económicos
- Establecer una red de cooperación interinstitucional y alianzas estratégicas con los diferentes actores sociales del Cantón, organizaciones Regionales, Provinciales, Nacionales e Internacionales con el objeto de mejorar la calidad de vida de la comunidad. (Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía, 2013)

3.1.4 VALORES

- Honradez y Dignidad: Tanto el desempeño de la organización municipal como la imagen institucional deberán reflejar valores de

dignidad y honradez, como práctica en el desempeño de las funciones, generando confianza en la comunidad y orgullo de ser servidores municipales.

- **Calidez:** Es el trato amable y cordial que debe tener toda servidora y servidor público, en todo momento para con los ciudadanos o usuarios de un servicio. La servidora y el servidor público deben desarrollar un trato cortés y amigable que permita dar confianza a la población, logrando que el público usuario se encuentre satisfecho.
- **Disciplina y Cumplimiento:** Cada una de las actividades que se desarrolle dentro de la institución, reflejará el cumplimiento disciplinado de los proyectos, programas, procesos y acciones tendientes a cumplir el bien común local, naturaleza y fin de la Municipalidad del cantón Mejía.
- **Puntualidad:** El funcionario municipal será un ejemplo de puntualidad, siendo esta una cualidad del ser humano que lo define como un ser responsable, y capaz de demostrar su compromiso con los deberes y funciones asignados.
- **No Discriminación:** La organización municipal velará por el cumplimiento de las garantías constitucionales de cada una y uno de los habitantes del Cantón, combatiendo toda clase de discriminación basada en razones de orden étnico, político, social, cultural, de género y generacional.

- Pro actividad: La organización municipal mantendrá la actitud positiva, entusiasta y creadora en todos sus actos. Formando actores sociales que impulsen el desarrollo local, con dinamismo y compromiso.
- Participación y Trabajo en Equipo: La ejecución, desarrollo, control y obtención de los productos en el presente plan estratégico institucional implica la participación activa y trabajo en equipo de todos los funcionarios/os y trabajadoras/res de la Municipalidad, con el fin de fortalecer los procesos internos y de participación ciudadana.
- Valores de la Niñez y la Familia: La organización municipal fortalecerá los valores familiares y protegerá su integración con el cuidado de la niñez y planificación de la familia, como núcleo de la sociedad.
- Identidad: La organización municipal fortalecerá el conocimiento, la difusión y la preservación de las raíces, costumbres, tradiciones y acervo cultural. Con el fin de rescatar, construir y mantener la identidad local.
- Calidad: Debe existir calidad en la prestación del servicio público y en los tiempos de entrega de los productos terminados. (Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía, 2013)

3.1.5 PRINCIPIOS

- Ética: Es el comportamiento en base a conductas y principios enmarcados en valores de verdad, moral, respeto, igualdad, honestidad, lealtad tendientes al servicio de la sociedad.

- Igualdad y Equidad: Propiciar las condiciones adecuadas para que las ciudadanas y ciudadanos tengan acceso a servicios en la administración pública con las mismas oportunidades, se respeten sus derechos y de la misma manera se exija el cumplimiento de sus obligaciones.

Es el trato equitativo a todas las ciudadanas/os a quienes se presta el servicio público o tiene alguna petición ante la municipalidad.

- Respeto: El buen trato, la agilidad y la actitud proactiva, serán la base fundamental del servicio al cliente, tanto interno como externo de la Organización Municipal.

Se tomará en cuenta las disposiciones de ley que observan un trato preferencial a los ancianos, niños, adolescentes, madres embarazadas, y discapacitados para ejercer ciudadanía en forma responsable.

- Solidaridad: Los principios de solidaridad serán considerados como ejes fundamentales del servicio al ciudadano, serán el marco sobre el cual se definan objetivos, políticas, procesos y actividades, relacionados tanto a clientes internos como externos de la institución. Los funcionarios públicos deben ayudarse mutuamente, además de brindar colaboración a la población que lo necesita.
- Armonía: Estado de paz intelectual o mental, física y espiritual, con el objetivo de poder brindar buena atención en la función pública.

- **Eficiencia:** Procurar la utilización óptima de los recursos humanos, materiales y financieros. Es realizar las actividades asignadas de manera oportuna respondiendo a las necesidades y requerimientos para el cumplimiento de los objetivos institucionales, de las metas trazadas.
- **Eficacia:** Alcanzar o lograr los resultados programados y previstos con el fin de lograr impactos positivos en la Municipalidad.
- **Aplicación estricta de la Normativa Legal:** Ningún proceso, actividad o desempeño laboral, se realizará sin fundamento legal, deberá cumplir con lo previsto en las distintas leyes que forman el marco legal de operación y desarrollo de la actividad municipal.
- **Lucha contra la corrupción:** Todo el recurso humano, de sistemas, informáticos y operativos, deberá guardar estricto cumplimiento con lo previsto en la Ley, convirtiéndose en un ente seguro y preparado para enfrentar actos de corrupción, será norma obligatoria la lucha contra la corrupción y la denuncia de actos reñidos con la Ley, preservar el buen nombre de la organización municipal y velar por el desempeño honrado de las funciones encomendadas.
- **Preservación y Conservación del Patrimonio:** La organización municipal velará por la preservación y conservación del patrimonio socio-cultural, ambiental, económico e histórico del Cantón. (Gobierno A.D.

3.1.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CANTÓN MEJÍA

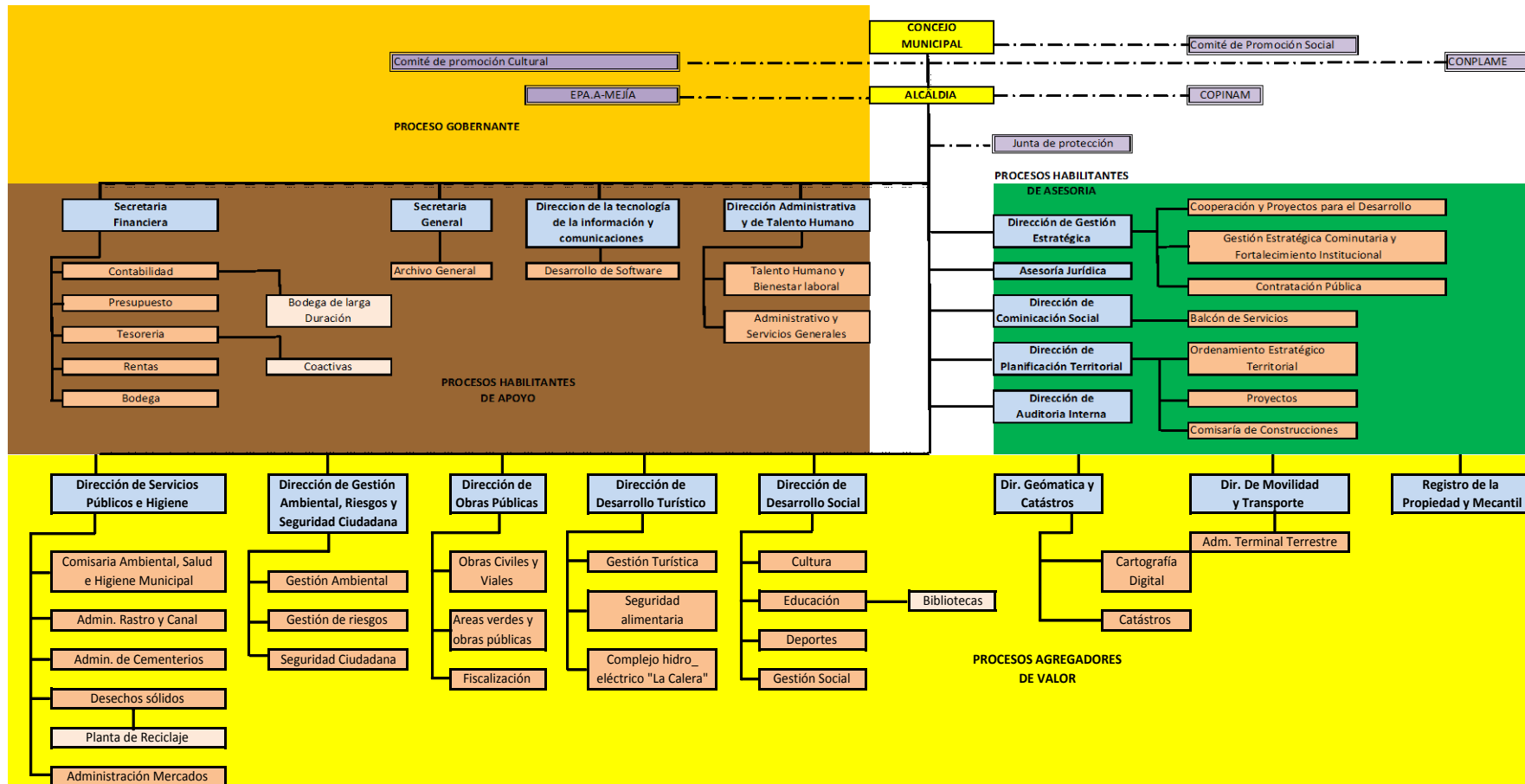


Gráfico 26: Organigrama estructural del cantón Mejía

Fuente: Municipio del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

3.2 MARCO LÓGICO

3.2.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS



Gráfico 27: Árbol de problemas

Fuente: Municipio del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

3.2.2. ÁRBOL DE OBJETIVOS



Gráfico 28: Árbol de objetivos

Fuente: Municipio del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

3.2.3. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

INVOLUCRADOS EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN MEJÍA

INVOLUCRADOS	INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	COOPERACIONES Y CONFLICTOS
MUNICIPIO DEL CANTÓN MEJÍA	<ul style="list-style-type: none"> Aportar económicamente en la promoción turística del cantón. Proporcionar facilidades para promocionar el turismo en el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de interés en la promoción turística por parte de administraciones anteriores. Escasos proyectos de promoción turística. 	<ul style="list-style-type: none"> Ordenanzas municipales. Talento humano capacitado. 	<ul style="list-style-type: none"> Promocionar al Cantón Mejía como destino turístico nacional. Promover nuevos proyectos de promoción turística en pro del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> Insuficientes partidas presupuestarias. Existen otros proyectos ajenos al turismo para el desarrollo del cantón.
DIRECCIÓN DE TURISMO DEL CANTÓN MEJÍA	<ul style="list-style-type: none"> Ejecutar proyectos de promoción turística para el cantón. Promocionar los atractivos turísticos que posee el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> No contar con el apoyo necesario por parte de las autoridades. Inventario de atractivos turísticos desactualizados. 	<ul style="list-style-type: none"> Contar con profesionales capacitados en ámbito turístico. Catastros actualizados. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de marketing turístico para el cantón. Promocionar los atractivos turísticos relevantes y poco relevantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Importancia a atractivos turísticos destacados.

PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con la promoción turística del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada aceptación de capacitaciones por parte de prestadores de servicios turísticos. • Falta de convenios entre prestadores de servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación por parte de autoridades. • Personal capacitado para brindar un servicio eficiente y eficaz. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poseer una adecuada planta turística. • Ofertar servicios de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disconformidad entre prestadores de servicios. • Insuficientes alianzas estratégicas.
POBLACIÓN DEL CANTÓN MEJÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el turismo entre la comunidad. • Impulsar proyectos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco conocimiento sobre cultura turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenanzas municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover al turismo como fuente de ingreso primordial. • Crear fuentes de empleo para mejorar la calidad de vida de los habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Parte de la población apoya otros proyectos

Tabla 32: Matriz de involucrados

Fuente: Municipio del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

3.2.4. MATRIZ DE MARCO LÓGICO

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN Fortalecer la promoción turística del cantón Mejía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de turistas que visiten el cantón. • Mayor ingreso económico por concepto de turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Catastros turísticos. • Estadísticas de ingresos de turistas al cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser identificado como destino Turístico.
<p>PROPOSITO Promocionar adecuadamente los atractivos naturales y culturales que posee el cantón.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cada atractivo turístico contará con un registro de ingreso de visitas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas de ingresos a cada uno de los atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar mayor ingreso de turistas al Cantón.
COMPONENTES			
<p>Componente 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualización del Inventario de atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de atractivos turísticos actualizado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas para inventario de atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de atractivos turísticos actualizado. • No se da la debida importancia para futuros proyectos turísticos.
<p>Componente 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de marca turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos con establecimientos para que usen la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos que abalicen los acuerdos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer al Cantón por medio de una marca y slogan.
<p>Componente 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adecuado manejo de atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspección a los atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Catastro turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades turísticas para las personas que visitan el cantón.
<p>Componente 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios entre prestadores de servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento significativo en la promoción del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas realizadas entre prestadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de colaboración de prestadores

ACTIVIDADES			
Actividad 1 <ul style="list-style-type: none"> Optimizar la información existente de atractivos turísticos del Cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> Verificación y autenticidad de información. 	<ul style="list-style-type: none"> Base de datos del Ministerio de Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> Proponer nuevas alternativas turísticas para visitar el cantón.
Actividad 2 <ul style="list-style-type: none"> Logotipo Slogan 	<ul style="list-style-type: none"> Que la marca turística sea reconocida. 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de visitas al cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> El cantón Mejía sea identificado nacionalmente como un destino turístico. Marca turística no tiene acogida en el cantón.
Actividad 3 <ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones para los prestadores de servicio. Entrega de publicidad del Cantón a los prestadores de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> \$4487 	<ul style="list-style-type: none"> Lista de asistentes a las capacitaciones. Evaluaciones. Certificados otorgados en las capacitaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer un servicio eficiente y eficaz a los turistas que visiten el cantón. Las capacitaciones recibidas no se las pone en práctica.
Actividad 4 <ul style="list-style-type: none"> Buscar auspicios para publicidad del cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> Verificación y autenticidad de convenios y alianzas. 	<ul style="list-style-type: none"> Convenios. Presentación de nuevos proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> Que los objetivos de publicidad planteados no se lleguen a cumplir.

Tabla 33: Matriz de marco lógico

Fuente: Municipio del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

3.3 PLAN DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CANTÓN MEJÍA

“Los principales elementos que un plan de Marketing debe poseer se los detalla en la siguiente lista:

- OBJETIVOS
- ESTRATEGIAS
- CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS”

(Kotler, 2001)

El presente Plan de Marketing va dirigido hacia la Municipalidad del Cantón Mejía para que gracias a su gestión cada una de las estrategias puedan llegar a cumplirse en pro del desarrollo del cantón.

3.3.1 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

- Promocionar al Cantón Mejía como un destino turístico importante en el Ecuador y principalmente en la región Sierra.
- Crear una marca turística para beneficio del cantón y así incrementar la entrada de turistas a la zona.
- Generar una mayor cantidad de ingresos para el cantón, gracias a su actividad turística, gastronómica y hotelera.

3.3.2 ESTRATEGIAS

- Realizar el inventario de los atractivos turísticos del cantón Mejía.
- Implementar una marca turística para el cantón Mejía.

- Ejecutar una campaña publicitaria enfocada a fomentar el turismo en el cantón Mejía a nivel nacional.
- Elaborar paquetes turísticos.
- Fomentar capacitaciones a los prestadores de servicio turístico.

3.3.2.1 INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MEJÍA.

Realizar el inventario de los atractivos turísticos del cantón Mejía es de gran importancia ya que el cantón cuenta con un gran potencial turístico, gracias a este inventario se puede conocer la información y características de cada uno de los atractivos naturales y culturales.


Nombre del atractivo :	Iglesia Matriz de Machachi
Categoría:	Folklore
Tipo:	Manifestación Religiosa
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 3: Iglesia matriz de Machachi Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se ingresa por la calle Colón y Av. Amazonas, esquina, frente al Parque “Sebastián de Benalcazar”.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Machachi	
Altura: 2933 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>La Iglesia Matriz de Machachi muestra una mezcla de varias técnicas como el barroco y la simetría dórica. Su historia empieza a finales del Siglo XVII (1698 a 1700) cuando los misioneros franciscanos empezaron la construcción del primer templo, más adelante se construyó un convento y una capilla adjunta para el Patrono “Santiago Apóstol”. La iglesia atravesó un fuerte terremoto en el año 1922 que destruyó parte de la Iglesia, así se construyó un nuevo templo como existe actualmente en estilo manierista y dorado en pan de oro.</p>	

Tabla 34: Atractivo N ° 1

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Feria Dominical de Machachi
Categoría:	Folclore
Tipo:	Ferias y Mercado
Jerarquización:	1



Ilustración 4: Feria dominical de Machachi

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	La feria se realiza en las instalaciones del Mercado Mayorista (Calles Barriga y 11 de Noviembre) y Mercado Central (Av. Amazonas y 11 de Noviembre).
Cantón: Mejía	
Parroquia: Machachi	
Altura: 2933 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
La Feria de Machachi conserva las características del "Típico Mercado Andino", es uno de los principales centros de transferencia de productos de la provincia de Pichincha. Éste se divide en tres zonas: área de tubérculos, frutas, verduras; una segunda área de productos varios y granos; además de una plaza para la comercialización de animales y de otras regiones del país.	

Tabla 35: Atractivo N ° 2

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Fuentes de TESALIA
Categoría:	Sitio Natural
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 5: Fuentes de TESALIA Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se ubica en los Andes Ecuatorianos, para acceder a las fuentes de Tesalia se debe llegar a la ciudad de Machachi y tomar la calle Pérez Pareja, y luego la Av. Fernández Salvador. Los vehículos llegan hasta la fuente misma; el camino está empedrado y bien mantenido, es posible llegar a pie.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Machachi	
Altura: 2933 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>A unos 4.4 Km. de Machachi brotan las Aguas de Mesa Güitig y su balneario, explotadas por la Compañía Industrial The Tesalia Springs Company. El Complejo actual nace de la fusión de varias fuentes que antiguamente se explotaban separadamente y cuyas denominaciones principales fueron Tesalia y Güitig.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El agua brota con gas (CO₂) que es aprovechado técnicamente ya para ofrecerla en el agua de mesa o por separado, para la elaboración de hielo seco o procesos industriales. • Cuenta con un balneario de dos piscinas e instalaciones deportivas. A los baños en las aguas minerales se les atribuye cualidades medicinales e históricamente mucha gente ha acudido para gozar de sus reputadas bondades. 	

Tabla 36: Atractivo N ° 3

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Ruta turística Avenida de los Volcanes	
Categoría:	Sitio Natural	
Tipo:	Montañas	
Subtipo:	Altas Montañas, Volcanes	
Jerarquización:	3	
		
<p>Ilustración 6: Ruta turística Avenida de los volcanes Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>		
Ubicación	Acceso	
Provincia: Pichincha		
Cantón: Mejía		
Parroquia: Machachi, Aloasi, Chaupi, Uyumbicho.		
Altura: 2933 msnm		
Difusión del atractivo: Internacional		
Descripción		
<p>Se puede realizar caminatas, cabalgatas, ciclismo, observación de la flora y fauna, escalada, camping, además, cuenta con varios puntos de alimentación, hospedaje, información turística y servicio mecánico. Las principales rutas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ruta Machachi – Güitig – El Pedregal – Parque Nacional Cotopaxi • Sub ruta San Miguel del Pedregal – Volcán Pasochoa • Sub ruta Virgen de la Piedra – Cumbre del Pasochoa • Sub ruta Panzaleo – Rumiñahui 		

Tabla 37: Atractivo N ° 4

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Parque Nacional Cotopaxi
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Montaña
Subtipo:	Volcán
Jerarquización:	3
	
<p>Ilustración 7: Parque Nacional Cotopaxi Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha, Cotopaxi, Napo	El camino de ingreso, al Parque Nacional Cotopaxi, más cercano es por la ciudad de Machachi, es decir, por el control norte del Parque. Puede partir del Parque Central de Machachi, una vez allí debe tomar el camino hacia el Pedregal, por la calle García Moreno.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Machachi	
Altura: 5898msnm	
Difusión del atractivo: Internacional	
Descripción	
<p>Fue creado el 11 de agosto de 1975, debe su nombre a uno de los volcanes activos más alto del mundo, el Cotopaxi, cuya altura es de 5.898 m.s.n.m., cuenta con una superficie de 33.393 hectáreas, destinada a la conservación de los páramos, albergando especies como chuquiragua, mortiño, romerillos, líquenes, musgos y otros. Entre la fauna más importante sobresalen los venados, conejos, lobos, pumas, osos de anteojos, curiangues y cóndores que han encontrado en esta zona un lugar seguro y natural para vivir.</p>	

Tabla 38: Atractivo N ° 5

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Volcán Sincholagua
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Montaña
Subtipo:	Volcán
Jerarquización:	1

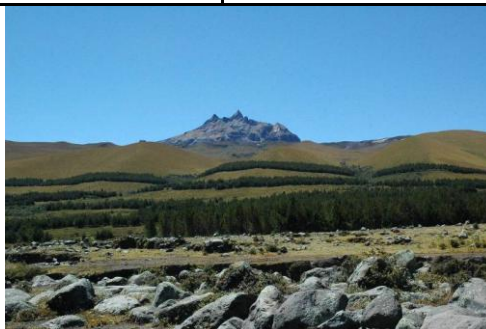


Ilustración 8: Volcán Sincholagua

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	A 30 Km al sureste de Quito y cerca a Sangolquí
Cantón: Mejía	
Parroquia: Machachi	
Altura: 4919 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

Uniéndose al Antisana a través de los cerros Curiquingue y Maurorodeo, el Sincholagua se invierte en un mirador perfecto para varios volcanes de la Sierra. Este es un volcán apagado y erosionado que muestra su caldera hacia el sur.

La actividad de este volcán habría concluido en el Pleistoceno y los glaciares de esa época han tallado profundas quebradas en sus laderas. Hermosa montaña que junto al Cotopaxi y el Rumiñahui constituyen un triángulo de cimas con más relevancia en la zona.

Tabla 39: Atractivo N ° 6

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Volcán Rumiñahui
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Montaña
Subtipo:	Volcán
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 9: Volcán Rumiñahui Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	El ingreso a este volcán es por el barrio el pedregal se encuentra a 5 km de Machachi.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Machachi	
Altura: 4722 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>Etimológicamente su nombre proviene del quechua Rumi que significa piedra y Nawi que significa cara, por lo que su nombre se traduce como Cara de Piedra. Este antiguo volcán posee paredes que se elevan casi 800 metros. Sin lugar a dudas esta montaña es un balcón privilegiado para observar a sus vecinos: Cotopaxi, Illinizas, Pasochoa, Sincholagua, entre otros.</p>	

Tabla 40: Atractivo N ° 7

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Santuario de la Virgen de los Dolores
Categoría:	Folklore
Tipo:	Manifestación Religiosa
Jerarquización:	1



Ilustración 10: Santuario de la virgen de los Dolores

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra frente al Parque Central de Aloasí, a 35 km del Sur de Quito y a 1 km de Machachi al margen derecho.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Aloasí	
Altura: 3000 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

La edificación del templo de la localidad viene desde la época de la Colonia. La Iglesia se construyó con un bloque de 75 metros de fondo por 12 de frente; constaba de tres naves con pilastras o columnas abultadas para espaciar los arcos y abrir la nave central que termina en bóvedas. En diferentes épocas se ha ido completando el interior con 5 altares pequeños laterales, dos confesionarios, púlpito y oleografías.

Tabla 41: Atractivo N ° 8

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Estación del tren “Aloasí”
Categoría:	Manifestación Cultural
Tipo:	Lugar Histórico
Jerarquización:	1



Ilustración 11: Estación del tren Aloasí

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra frente al Parque Central de Aloasí, a 35 km del Sur de Quito y a 1 km de Machachi al margen derecho.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Aloasí	
Altura: 3000 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
La Estación del Tren, un icono histórico de Aloasí, se halla situada en la parte occidental a 1 km. de distancia de la población. Hasta hoy conserva su estructura típica según las funciones para la que fue creada. Tras varios esfuerzos se ha logrado restaurar y rehabilitar dándole nuevamente funcionalidad pues es parte del recorrido que va desde Quito a El Boliche. Además cuenta con una cafetería, proporcionándole como en otras épocas desarrollo y alegría para esta zona.	

Tabla 42: Atractivo N ° 9

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Volcán El Corazón
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Montaña
Subtipo:	Volcán
Jerarquización:	1



Ilustración 12: Volcán El Corazón

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra en la parroquia de Aloasí tras la estación del ferrocarril, al oeste se toma el camino de tierra, aproximadamente 5.2 km.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Aloasí	
Altura: 4788 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

Es un volcán inactivo de 4.788 m.s.n.m. con su caldera bastante erosionada dirigida hacia el noroccidente donde nace el río Negro.

Posiblemente su nombre se debe a que dos quebradas bajan desde la cima y forman un corazón pero no siempre se llamó así pues antes fue conocido como "Guallancatzo" o "Anchasit".

Cerca existen edificaciones indígenas llamadas pucarás que sirvieron como fuertes militares y estratégicos puntos de observación.

Tabla 43: Atractivo N ° 10

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Bosque Protector Umbría
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Planicie
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 13: Bosque protector Umbría Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Tiene una distancia de Aloasí 5 km y Machachi a 6km aproximadamente.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Aloasí y El Chaupi	
Altura: 3619 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>Es un viejo bosque primario con plantas nativas, este sitio tan importante tiene una superficie de 17,4 km². Es un bosque donde se puede apreciar gran variedad de flora entre la que se puede resaltar hongos, helechos, musgos, orquídeas, broméleas, entre otras especies, dando paso a ser un sitio con gran potencial para el desarrollo de un turismo científico y recreacional.</p>	

Tabla 44: Atractivo N ° 11

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Reserva Ecológica los Illinizas
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Reserva de Flora y Fauna
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 14: Reserva ecológica Los Illinizas Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha y Cotopaxi	Se encuentra a 55 km del Sur de Quito, cercana a la población de El Chaupi.
Cantón: Mejía	
Parroquia: El Chaupi	
Altura: 5166-5305 msnm	
Difusión del atractivo: Internacional	
Descripción	
<p>Esta Reserva Ecológica se encuentra ubicada en las provincias de Pichincha y Cotopaxi. Fue creada el 11 de diciembre de 1996, con una extensión de 149.900 Has. Los Illinizas forman una barrera geológica que condensa la humedad proveniente de la región Costa, dándole a la Reserva la particularidad de captación de agua. En el área de los Illinizas nacen los principales afluentes de la cuenca del río Esmeraldas, el Toachi y el Pilatón,. Los Illinizas son dos formaciones montañosas: Illiniza Norte conocido como Tionozza que en lengua Kychwa significa hembra, tiene una altura de 5166 msnm, es el de menor altura y de fácil acceso a su cumbre, El Illiniza Sur que representa al macho con 5305msnm</p>	

Tabla 45: Atractivo N ° 12

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Iglesia de Uyumbicho
Categoría:	Folklore
Tipo:	Manifestación Religiosa
Jerarquización:	1



Ilustración 15: Iglesia de Uyumbicho

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra a 22km de la ciudad de Quito.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Uyumbicho	
Altura: 2662msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

Su construcción fue posible gracias al sacerdote Lazarista alemán Pedro Bruning, entre 1930 y 1936, en su obra Bruning utilizó elementos y formas estéticas clásicas europeas. En el Retablo Mayor está decorado con la técnica de "Pan de Oro" aquí se encuentran las esculturas de La Virgen del Rosario, San Antonio de Padua y San Francisco. Además en el interior de la Iglesia se puede admirar esculturas del Señor de la Buena Esperanza, San Isidro Labrador y San Vicente Ferrer.

Tabla 46: Atractivo N ° 13

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Refugio de Vida Silvestre Pasochoa
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Área Silvestre protegida
Jerarquización:	1



Ilustración 16: Refugio de vida silvestre Pasochoa

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra a 22km de la ciudad de Quito.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Uyumbicho	
Altura: 4200 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>Dentro de esta área protegida existen dos zonas definidas que son un espacio de bosque secundario y otro primario que no ha sido intervenido por el hombre. Fue creado en 1996 con el fin de conservar el último bosque de vegetación endémica de la Cordillera Andina, el bosque se encuentra enclavado en la caldera del volcán inactivo del mismo nombre, el cual tiene forma de herradura. A través de los cinco senderos existentes se puede observar plantas como el pumamaqui, polylepis, palma y más de 60 especies para uso medicinal. En aves se registran principalmente tangaras, colibríes y el cóndor. En mamíferos existen cuchuchos, musarañas y raposas.</p>	

Tabla 47: Atractivo N ° 14

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Estación del tren “Tambillo”
Categoría:	Manifestación Cultural
Tipo:	Lugar Histórico
Jerarquización:	1



Ilustración 17: Estación del tren Tambillo

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra ubicado a 25km de la ciudad de Quito dirigiéndose por la Panamericana Sur.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Tambillo	
Altura: 3711 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
Es el punto de partida del Auto ferro que va hasta el Área Nacional de Recreación El Boliche. Una aventura inolvidable, pues a cada paso se observan hermosos paisajes de la Serranía Ecuatoriana.	

Tabla 48: Atractivo N ° 15

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Volcán Atacazo
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Montaña
Subtipo:	Volcán
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 18: Volcán Atacazo Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Está ubicado a 20 km al Sur de Quito en la cordillera occidental.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Cutuglagua	
Altura: 4457 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>Está formado por diversas calderas y algunos domos volcánicos. Una de sus calderas que se considera con actividad volcánica es el Ninahuilca. Se puede ascender a su cumbre. En el trayecto se puede observar plantas nativas como: romerillo, pumamaqui, bromelias y orquídeas. También encontramos mortiños, rundos, moras y taxos silvestres o disfrutar del canto de tórtolas, mirlos y güiragchuros. En las faldas del Atacazo se encuentra la cascada Canoas.</p>	

Tabla 49: Atractivo N ° 16

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	INIAP
Categoría:	Realizaciones Científicas
Tipo:	Explotaciones Agropecuarias
Jerarquización:	1



Ilustración 19: INIAP

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra en el 1km de la Panamericana Sur.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Cutuglagua	
Altura: 3500 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias es una institución de gran prestigio que ha sabido mantener desde su creación en 1959, un reconocido nivel de excelencia gracias al compromiso de trabajo y alto nivel científico y técnico de sus funcionarios.

La Estación Experimental Santa Catalina posee el primer banco de germoplasma de Sudamérica gracias al trabajo comprometido de sus integrantes convirtiéndose en un icono del turismo científico del Cantón Mejía. Los estudiantes y demás interesados pueden acercarse previa cita para acceder a un recorrido guiado por uno de sus técnicos.

Tabla 50: Atractivo N ° 17

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Señor de El Casanto
Categoría:	Folklore
Tipo:	Manifestación Religiosa
Jerarquización:	1



Ilustración 20: Señor de El Casanto

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se encuentra en el Parque Central de Alóag.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Alóag	
Altura: 2900 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

Esta escultura que como pocas otras se puede encontrar en el Ecuador se halla tallada en un árbol de Casanto. Aseguran que tiene 250 años de antigüedad y está muy bien resguardada en un atrio dentro de la Iglesia de la Parroquia de Nuestra Señora de Asunción de Alóag.

Además en este templo se puede encontrar otras obras de arte y apreciar la arquitectura de la construcción. Los habitantes de la localidad llegan a venerar esta imagen los días domingo durante las misas, pero se la puede visitar desde los días martes.

Tabla 51: Atractivo N ° 18

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Cerro la Viudita
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Montaña
Subtipo:	Meseta
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 21: Cerro La Viudita Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Vía Aloag Santo Domingo camino hacia el volcán El Corazón
Cantón: Mejía	
Parroquia: Alóag	
Altura: 2910msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>La principal característica del cerro La Viudita es de índole histórico cultural, debido a que en la Etapa Colonial fue de trascendental incidencia por su ubicación estratégica, ya que en sus faldas se ubicaron las fuerzas españolas que debían evitar que las fuerzas libertadoras lleguen a Quito; objetivo que no fue conseguido finalizando con la Batalla de Pichincha el 24 de Mayo de 1822. En esta pequeña elevación se puede realizar caminata, camping, observación de flora y fauna o simplemente disfrutar de la naturaleza recreándose al aire libre.</p>	

Tabla 52: Atractivo N ° 19

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Bosque Hacienda Bombolí
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Planicie
Jerarquización:	1



Ilustración 22: Bosque hacienda Bomboli

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Km 20 vía Alóag – Sto. Domingo
Cantón: Mejía	
Parroquia: Alóag	
Altura: 3060 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

Está constituida como una Reserva Ecológica Privada que busca preservar los bosques húmedo montano y primario alto y bajo. Posee además hermosas cascadas y cerca de 11 kilómetros de preciosas orquídeas cultivadas de la manera totalmente natural. Durante las caminatas se puede observar helechos milenarios, plantas con propiedades medicinales y un sinnúmero de coloridas aves. Los visitantes reciben la debida guianza, se puede hacer camping o utilizar las habitaciones existentes. También brindan servicio de alimentación, pero no olvide llevar la ropa adecuada.

Tabla 53: Atractivo N ° 20

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Bosque TOACHI – PILATÓN
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Planicie
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 23: Bosque Toachi - Pilatón Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi	Se localiza a 8km de Sigchos.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Alóag, Cornejo Astorga	
Altura:	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>Se encuentra ubicado en la Cordillera Occidental entre las poblaciones de Chiriboga, Tandapi, Alluriquín y la nueva provincia Santo Domingo de los Tsáchilas. Es un bosque protector de cerca de 200.000 hectáreas con el que busca resguardar las especies de la cordillera, que se encuentran amenazadas por la tala indiscriminada. Donde existen proyectos de áreas privadas que apoyan su conservación como la Estación Biológica “La Hespería”; Hacienda Tinalandia; Reserva Florística Río Guajalito, y el Bosque Protector Guajalito. Sus ríos principales son el Toachi y el Pilatón.</p>	

Tabla 54: Atractivo N ° 21

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Cascada NAPAC
Categoría:	Sitio Natural
Tipo:	Caída de Agua
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 24: Cascada NAPAC Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Su ubicación es en la vía Tandapi Santo Domingo en la Hacienda La Hesperia.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Cornejo Astorga	
Altura: 1100 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>El río Napac nace en las cumbres de la cordillera occidental gracias a las nubosidades que viajan desde la Costa hacia las montañas, chocan en la cordillera y descienden como lluvia. Luego de cruzar bosques y quebradas, la cascada cae para deleite de todos quienes la visitan. Puede aprovechar para caminar por los alrededores y tomar fotografías. Se recomienda solicitar el debido permiso para transitar por el sendero. Luego se puede disfrutar de la exquisita gastronomía que le espera en las poblaciones de Alluriquín, Tandapi y Santo Domingo de los Tsachilas.</p>	

Tabla 55: Atractivo N ° 22

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Nombre del atractivo :	Cara del Diablo
Categoría:	Realización Artística Contemporánea
Tipo:	Obra de arte y técnica
Subtipo:	Escultura
Jerarquización:	1



Ilustración 25: Cara del diablo

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Vía Aloag – Sto. Domingo a 5 Km de Tandapi.
Cantón: Mejía	
Parroquia: Cornejo Astorga	
Altura: 1300 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	

Descripción

Conocida también como “El Poder Brutal” es una escultura del Rey de las Tinieblas que fue esculpida en la roca pura por un maquinista llamado Octaviano trabajador del Ministerio de Obras Públicas, entre los años de 1985 y 1987.

Esta peculiar obra situada en el pleno de una curva (actualmente un mirador y paradero) a una altura de 7 m. puede ser observar a simple vista desde la vía Alóag – Santo Domingo. Es la segunda más grande después de los presidentes de los Estados Unidos.

Tabla 56: Atractivo N ° 23

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso


Nombre del atractivo :	Estación Biológica La Hesperia
Categoría:	Lugar de Observación de Flora y Fauna
Jerarquización:	1
	
<p>Ilustración 26: Estación biológica La Hesperia Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso</p>	
Ubicación	Acceso
Provincia: Pichincha	Se ubica en la población de Tandapi
Cantón: Mejía	
Parroquia: Cornejo Astorga	
Altura: 1.100-2.040 msnm	
Difusión del atractivo: Nacional	
Descripción	
<p>La Hesperia es una reserva natural localizada en el lado oeste de la cordillera occidental de los Andes tiene una superficie de 814 hectáreas. Se ubica en el centro del Río Toachi Chiriboga, una zona declarada como "Área importante para aves" por el Bird Life International y Conservation International. Posee dos Bio-regiones importantes del Ecuador, el Corredor Occidental de la Cordillera del Chocó Andino considerado un "Punto caliente" de la Tierra.</p> <p>La Estación trabaja en la conservación natural, combatiendo la deforestación, protegiendo bosques existentes, restaurando áreas degradadas y desarrollando actividades sustentables como soporte de la reserva.</p>	

Tabla 57: Atractivo N ° 24

Fuente: Dirección de desarrollo turístico del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

3.3.2.2 MARCA TURÍSTICA (logotipo y slogan)

El Cantón Mejía hasta la presente fecha no posee una marca turística establecida, es por esta razón que se crea el logotipo y slogan como propuesta hacia el Municipio del cantón, para de esta manera aportar a la promoción turística del cantón y así lograr posicionar al mismo como un destino turístico relevante en el país.

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Manual de Aplicaciones:



Ilustración 27: Manual de aplicaciones

Fuente: Agencia Ohcaña /
Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Construcción:

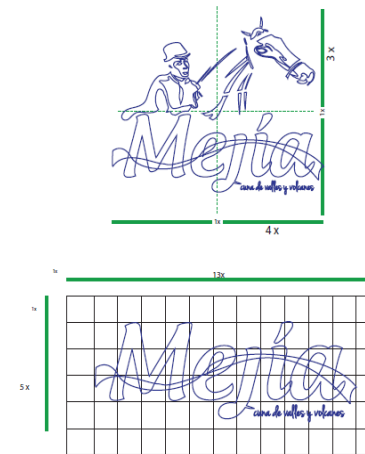


Ilustración 28: Construcción

Fuente: Agencia Ohcaña /
Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Logotipo:

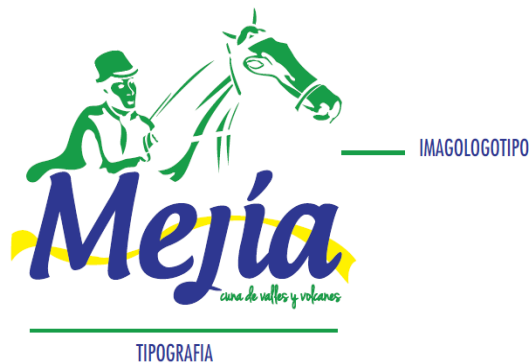


Ilustración 29: Logotipo
Fuente: Agencia Ohcaña /
Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Tipografía Logotipo Androgyne Medium:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Tipografía Slogan Jenna Sue:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Ilustración 30: Tipografía
Fuente: Agencia Ohcaña /
Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Area de Invasión:

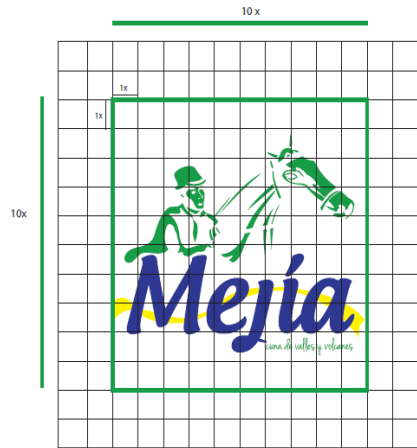


Ilustración 31: Área de invasión
 Fuente: Agencia Ohcaña /
 Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

Aplicaciones Permitidas:

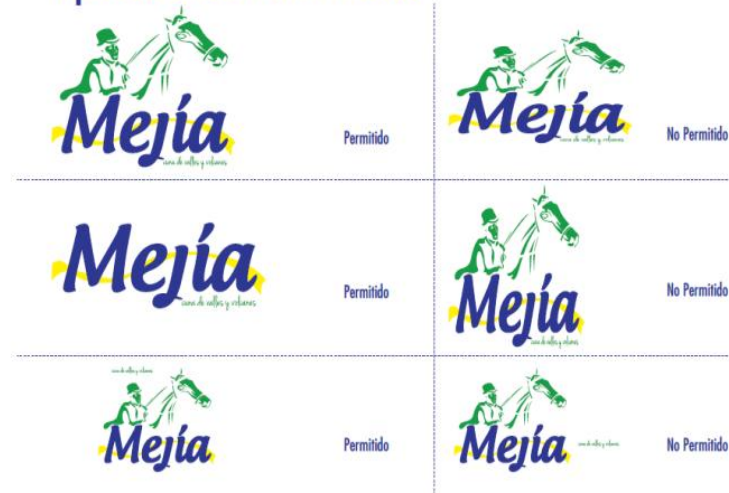


Ilustración 32: Aplicaciones permitidas
 Fuente: Agencia Ohcaña /
 Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

DESCRIPCIÓN

JINETE:

Representa al chagra que es un personaje del campo, quien ha dado protagonismo a la hacienda y la vida rural y campesina cuyas características son entretejidas con la austeridad del ambiente del alto páramo andino, un suelo de prados y volcanes nevados, en donde el ganado se mueve grandes distancias.

CABALLO:

Representa la fuerza agrícola y ganadera que posee el cantón, ya que Mejía es eminentemente un territorio de crianza de vacunos de las mejores razas, de igual manera se destaca por tener grandes extensiones de cultivos que son comercializados a nivel nacional, estos son la base fundamental de su economía.

SLOGAN:

“CUNA DE VALLES Y VOLCANES”

El cantón Mejía es una tierra privilegiada ya que está rodeada de un sin número de atractivos en donde se puede encontrar desde valles con temperaturas subtropicales hasta imponentes nevados con las más bajas temperaturas que deleitan a propios y extraños con su majestuosa belleza.

COLORES:**VERDE:**

Representa los paisajes naturales que posee el cantón, su diversidad, la flora y fauna que es representativa del mismo, es el color de la naturaleza el medio ambiente, simboliza crecimiento, armonía, frescura y fertilidad. El verde tiene una fuerte correspondencia emocional con la seguridad

AMARILLO:

Representa la riqueza de su suelo en el área agrícola por su abundante cultivo de trigo y cebada, la productividad de estas pues el pueblo en su mayoría se dedica a la agricultura, este color produce un efecto de calidez, de buen humor, estimula la actividad mental, y genera energía muscular.

AZUL:

El azul es el color del cielo y el agua, ya que en el cantón existen nevados, montañas, los mismo que alimentan con sus deshielos a diferentes rios que cruzan el cantón, es frecuentemente asociado con la profundidad y la estabilidad, simboliza la verdad, lealtad, los deseos, la confidencialidad, inteligencia.

3.3.2.3 PUBLICIDAD

3.3.2.3.1 PÁGINA WEB



Ilustración 33: Página web

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la parte superior izquierda encontramos el logotipo y slogan del cantón.
- En la parte superior derecha se da la bienvenida con una frase que invita disfrutar de la diversidad del cantón.

- En la parte media encontramos el menú en el que se detalla: información, lugares turísticos, gastronomía, flora y fauna, calendarios de actividades y contactos del cantón.
- En la parte inferior se observa fotografías del cantón y se detalla la variedad de gastronomía flora y fauna que le mismo posee.
- Al costado derecho de la pantalla se encuentra las noticias más relevantes del cantón.

3.3.2.3.2 VALLAS PUBLICITARIAS

VALLA DE BIENVENIDA



Ilustración 34: Valla de bienvenida

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la parte superior se coloca fotografías del cantón como son Los Ilinizas, un caballo, una mujer con la vestimenta típica de la región y por último el cuy asado que es el plato típico del cantón.
- En la parte inferior izquierda se da la bienvenida al cantón.
- En la parte inferior derecha se encuentra el logotipo y slogan del cantón.

VALLA DE DESPEDIDA



Ilustración 35: Valla de despedida

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- Como fondo de la valla tenemos un paisaje típico del cantón.
- Al costado derecho se observa al chagra que es un personaje típico del cantón montado en su caballo.
- En la parte superior se agradece por la visita.
- En la parte inferior derecha se encuentra el logotipo y slogan del cantón.

3.3.2.3.3 MAILING



Ilustración 36: Mailing

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la parte izquierda se encuentran fotografías de atractivos del cantón y sobre las mismas el logotipo y slogan del cantón.
- En el centro un texto en el cual se da la invita de la diversidad de paisajes, cultura y gastronomía que posee el cantón.
- En la parte derecha se observa fotografías de atractivos del cantón.

3.3.2.3.4 PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO



Publicidad en buses

Ilustración 37: Publicidad en medios de transporte

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En el costado derecho del bus se observa el slogan del cantón “cuna de valles y volcanes”
- En el costado izquierdo de bus se encuentra el logotipo y slogan del cantón.
- En la parte posterior del bus se coloca el nombre del cantón.

3.3.2.3.5 AFICHES



Ilustración 38: Afiches

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés

Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la parte izquierda se observa fotografías de los diferentes atractivos que posee el cantón.
- En el centro se encuentra un texto el cual invita a disfrutar de la diversidad de paisajes, cultura y gastronomía que ofrece el cantón.
- En la parte derecha se observa fotografías de la cultura y gastronomía del cantón.

3.3.2.3.6 TRÍPTICOS

TIRO



Ilustración 39: Tríptico Tiro

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la parte frontal superior se encuentra el logotipo y slogan del cantón y en la parte inferior fotografías de la gastronomía y cultura del mismo.
- En la parte posterior se observa un mapa del cantón, la pagina de facebook y la información de la dirección de desarrollo turístico y productivo del cantón.

- En la lámina que se despliega hacia el costado izquierdo se observa información sobre hospedajes y restaurantes.

RETIRO

Mejía
cantón de los pedregales

Mejía es un territorio eminentemente agrícola y ganadero, se destaca por poseer tres zonas: zona oriental de altura en donde se ubica la parte alta y montañosa, la zona occidental de transición que corresponde a los declives y parte baja donde se localiza el sector subtropical. Particularidad que le da la posibilidad de contar con diversos y hermosos paisajes naturales, adecuados para disfrutar del turismo por su variedad de microclimas.

Cómo llegar?

Desde Quito se toma la panamericana con dirección al sur aproximadamente 37 km. hasta Machachi cabecera cantonal.
Desde Guayaquil se toma la vía Riobamba y luego la panamericana con dirección al norte y se puede acceder a la vía Alog – Santo Domingo.

PARQUE NACIONAL COTOPAXI
El Parque Nacional Cotopaxi es un área protegida de Ecuador situada en el límite de las provincias de Pichincha y de Cotopaxi en Ecuador, y que incluye en su espacio al nevado Volcán Cotopaxi. Fue el primer parque nacional en ser creado en el territorio continental del Ecuador y el segundo del país.

ESTACION DE TREN DE TAMBILLO
Es el punto de partida del Autoferro que va hasta el Área Nacional de Recreación El Boliche. Una aventura inolvidable, pues a cada paso se observan hermosos paisajes de la Serranía Ecuatoriana.

BOSQUE TOACHI PILATON
Es un bosque protector de cerca de 200.000 hectáreas con el que busca resguardar las especies de la cordillera, que se encuentran amenazadas por la tala indiscriminada. Donde existen proyectos de áreas privadas que apoyan su conservación.

VALLE DE LOS PEDREGALES
Desde el Valle de los Pedregales se puede acceder a la cima de la montaña Sincholagua, los volcanes Rumiñahui y Paschoa. Se realizan esporádicamente carreras de motos hasta Latacunga, pasando por los Pedregales y Limpiopungo.

DESCUBRE LA CUNA DE LOS VOLCANES
El cantón Mejía ofrece a sus visitantes una diversidad de atractivos turísticos, también puedes deleitarte con su exquisita gastronomía, además practicar deportes extremos todo esto lo encuentras en un solo lugar. Qué esperas ven y visítanos.

Ilustración 40: Tríptico Retiro

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la lámina izquierda superior se detalla información general del cantón.
- En la parte inferior se da una explicación de cómo llegar al cantón.
- En la lámina central se observa información sobre los atractivos más relevantes del cantón.

- En la lámina derecha se encuentra fotografías de paisajes del cantón y se habla de los atractivos, cultura y gastronomía del mismo.

3.3.2.3.7 PAUTAJE EN RED SOCIAL (FACEBOOK)



Ilustración 41: Pautaje red social facebook

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la parte superior se observa la fotografía del volcán Cotopaxi.
- Además existe la opción de estadísticas en la cual se puede observar el número de ME GUSTA que ha recibido la página al igual que las notificaciones y eventos que tiene la misma.
- Al costado izquierdo se encuentra el logotipo y slogan del cantón.
- En la parte inferior derecha se puede encontrar fotografías de los atractivos turísticos del cantón.
- En la parte inferior de la página se detallan los atractivos turísticos con su respectiva información y también se publican noticias relevantes del cantón.

3.3.2.3.8 VOLANTES



Ilustración 42: Volantes

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- En la parte izquierda se observa fotografías de los diferentes atractivos que posee el cantón.
- En el centro se encuentra un texto el cual invita a disfrutar de la diversidad de paisajes, cultura y gastronomía que ofrece el cantón.
- En la parte derecha se observa fotografías de la cultura y gastronomía del cantón.

3.3.2.3.9 CAMISETAS Y GORRAS



Ilustración 43: Camisetas y gorras

Fuente: Agencia Ohcaña / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CARACTERÍSTICAS:

- Las camisetas serán de algodón, de color blanco para que se pueda divisar el logotipo y slogan de cantón, este se lo colocara en el centro de la camiseta para que se pueda apreciar el diseño.
- Las gorras de igual manera serán de color blanco y el logotipo y slogan se lo colocara en el centro para que se pueda apreciar el diseño de mejor manera.

3.3.2.3.10 PRESUPUESTO GENERAL REFERENCIAL DE PUBLICIDAD

A continuación se detalla el costo referencial de publicidad para el cantón Mejía, cabe recalcar que estos son costos mensuales.

PRESUPUESTO GENERAL PUBLICIDAD			
TIPO DE PUBLICIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
VALLAS	4	1000,00	4000,00
MAILING	400	1,00	400,00
FACEBOOK			1000,00
MEDIOS DE TRANSPORTE	8	415,00	3320,00
CAMISETAS	500	3.50	1750
GORRAS	500	3.50	1750
AFICHES	2000	0,29	580,00
FLYERS	40000	0,0325	1300,00
TRÍPTICOS	20000	0,075	1500,00
TOTAL			\$ 15600,00

Tabla 58: Presupuesto general publicidad

Fuente: Autores / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

3.3.2.4 PAQUETES TURÍSTICOS

3.3.2.4.1 PAQUETE TURÍSTICO “MACHACHI EXPRESS” 1DÍA

RUTA DEL PAQUETE TURÍSTICO



Ilustración 44: Ruta paquete turístico “Machachi Express”
Fuente: Mapa físico del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INVENTARIO DE ATRACTIVOS

- Estación del tren Ecuador Chimbacalle
- Museo del tren
- Estación del tren Aloasí
- Tesalia
- Ciudad de Machachi

ITINERARIO DE ACTIVIDADES

HORA	LUGAR	ACTIVIDAD
8:15	QUITO	Indicaciones generales Salida hacia Machachi en el Tren Ecuador.
9:30	MACHACHI	Visita a las instalaciones de la Estación de Aloasí Salida hacia TESALIA
11:30	TESALIA	Uso de las instalaciones Recreación y esparcimiento Salida hacia Machachi
14:00	RESTAURANTE "POSADA DEL CHAGRA"	Almuerzo tradicional
15:00	MACHACHI	Tiempo libre
16:00	MACHACHI	Estación del tren, retorno a Quito, Fin del tour.

Tabla 59: Itinerario de actividades "Machachi express"

Fuente: Autores / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

DETALLE DEL PAQUETE TURÍSTICO

Nombre: "MACHACHI EXPRESS"

Fechas: JUEVES-DOMINGO Y FERIADOS

Duración: FULL DAY

Dirigido a: Turistas nacionales y extranjeros que disfruten el paisaje de la sierra ecuatoriana

Recorrido: Quito- Estación de Chimbacalle- Estación de Aloasí- Tesalia-
Machachi- Quito

RECOMENDACIONES:

Llevar ropa de baño

Bloqueador solar

Ropa abrigada

Cámaras fotográficas

COTIZACIÓN REFERENCIAL

COTIZACIÓN Nº 1

PAQUETE TURISTICO MACHACHI EXPRESS		
SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO GRUPOS 10 PAX
TRANSPORTE		
TRANSPORTE TERRESTRE	30	60
Tren Ecuador	20	200
TOTAL TRANSPORTE	50	260
ALIMENTACIÓN		
ALMUERZO	9	90
TOTAL ALIMENTACION	9	90
GUIANZA		
HONORARIOS GUIA	0	45
TOTAL GUIANZA	0	45
GASTOS EXTRAS		
ENTRADA TESALIA	5	50
ALIMENTACION GUIA		9
ALIMENTACION CHOFER	9	9
SUBTOTAL	\$ 73,00	\$ 463,00

Tabla 60: Cotización Nº 1

Fuente: Proveedores turísticos del cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

TOUR INCLUYE:

Recorrido en tren ida y retorno

Traslado en Machachi

Entrada instalaciones TESALIA

Almuerzo típico

Guía

TOUR NO INCLUYE:

Gastos adicionales (bebidas, snacks y souvenirs)

3.3.2.4.2 PAQUETE TURÍSTICO “AVENTURA EN EL PASOCHOA” 2D/1N

RUTA DEL PAQUETE TURÍSTICO



Ilustración 45: Ruta paquete turístico “Aventura en el Pasocha”
Fuente: Mapa físico del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

- Pasochoa
- Flora endémica del lugar
- Fauna
- Variedad de bosques y climas

ITINERARIO DE ACTIVIDADES

DÍA	HORA	LUGAR	ACTIVIDAD
1	07:30	QUITO	<p>Bienvenida</p> <p>Salida hacia el refugio de vida silvestre "Pasochoa"</p> <p>Entrega de Box lunch</p>
	09:00	PASOCHOA	<p>Indicaciones generales</p> <p>Visita a las instalaciones</p> <p>Inicio del ascenso y observación de especies de flora y fauna propias de la zona</p>
	14:00	PASOCHOA	<p>Descanso</p> <p>Almuerzo</p>
	15:00	PASOCHOA	<p>Retomar el ascenso</p>
	16:00	PASOCHOA	<p>Instalación del área de camping</p> <p>Tiempo libre</p>
	19:00	PASOCHOA	<p>Preparación de los alimentos en conjunto, utilizando técnicas de supervivencia.</p> <p>Cena</p>
	21:00	PASOCHOA	<p>Descanso</p>
2	06:00	PASOCHOA	<p>Ascenso a la cumbre</p>
	10:00	PASOCHOA	<p>Tiempo de esparcimiento</p> <p>Descenso</p>
	11:00	PASOCHOA	<p>Desayuno</p>

	14:00	PASOCHOA	Finalización del tour Retorno a Quito
--	-------	----------	--

Tabla 61: Itinerario de actividades “Aventura en el Paschoa”

Fuente: Autores / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

DETALLE DEL PAQUETE TURÍSTICO

Nombre: “AVENTURA EN EL PASOCHOA”

Fechas: Todos los días

Duración: 2DIAS/ 1 NOCHE

Dirigido a: Turistas nacionales y extranjeros que disfruten el paisaje de la sierra ecuatoriana interactuando en actividades al aire libre.

Recorrido: Quito- Paschoa- Quito

RECOMENDACIONES:

Llevar ropa abrigada

Bloqueador solar

Cámaras fotográficas

Equipo de camping (bolsa de dormir, colchoneta aislante, carpa)

Comida Adicional, agua

COTIZACIÓN REFERENCIAL

COTIZACIÓN Nº 2

PAQUETE TURISTICO AVENTURA EN EL PASOCHOA		
SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO GRUPOS 10 PAX
TRANSPORTE		
TRANSPORTE TERRESTRE	30	60
TOTAL TRANSPORTE	30	60
ALIMENTACION		
BOX LUNCH	3	30
CENA	5	50
TOTAL ALIMENTACION	8	80
GUIANZA		
HONORARIOS GUIA	60	120
TOTAL GUIANZA	60	120
GASTOS EXTRAS		
ALIMENTACION GUIA	8	16
SUBTOTAL	\$ 106,00	\$ 276,00

Tabla 62: Cotización Nº 2

Fuente: Proveedores turísticos del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

TOUR INCLUYE:

Traslado y retorno Quito- Pasochoa – Quito

Box lunch

Cena

Guía

TOUR NO INCLUYE:

Equipo de camping

Almuerzo

Desayuno

3.3.2.4.3 PAQUETE TURÍSTICO “HACIENDAS EXTREMAS” 2D/1N

RUTA DEL PAQUETE TURÍSTICO



Ilustración 46: Ruta paquete turístico “Haciendas extremas”

Fuente: Mapa físico del Ecuador / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

- Bosque Primario
- Bosque Secundario
- Hotel de Campo “Sierra Alisos”
- Reserva Ecológica Privada “Hacienda Santa Rita”
- Avenida de los Volcanes

ITINERARIO DE ACTIVIDADES

DÍA	HORA	LUGAR	ACTIVIDAD
1	09:00	QUITO	<p>Bienvenida</p> <p>Salida hacia Hotel de Campo "Sierra Alisos"</p>
	10:30	HOTEL DE CAMPO "SIERRA ALISOS"	<p>Indicaciones generales</p> <p>Visita a las instalaciones</p> <p>Inicio de actividades ganaderas y agropecuarias.</p>
	14:00	HOTEL DE CAMPO "SIERRA ALISOS"	<p>Almuerzo típico de la zona</p>
	16:00	HOTEL DE CAMPO "SIERRA ALISOS"	<p>Cabalgata por el bosque primario y secundario.</p> <p>Observación de flora y fauna</p>
	20:00	HOTEL DE CAMPO "SIERRA ALISOS"	<p>Cena</p> <p>Actividades comunales</p>
2	08:00	HOTEL DE CAMPO "SIERRA ALISOS"	<p>Desayuno</p> <p>Salida hacia Reserva Ecológica Privada Hacienda Santa Rita</p>
	10:00	RESERVA ECOLÓGICA PRIVADA "HACIENDA SANTA RITA"	<p>Bienvenida</p> <p>Rapel</p>
	14:00	RESERVA ECOLÓGICA PRIVADA "HACIENDA SANTA RITA"	<p>Almuerzo</p>
	15:00	RESERVA ECOLÓGICA PRIVADA "HACIENDA SANTA RITA"	<p>Vuelo del cóndor</p>
	17:00	RESERVA ECOLÓGICA PRIVADA "HACIENDA SANTA RITA"	<p>Finalización del tour</p> <p>Retorno a Quito</p>

		SANTA RITA	
--	--	------------	--

Tabla 63: Itinerario de actividades “Haciendas extremas”

Fuente: Autores / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

DETALLE DEL PAQUETE TURÍSTICO

Nombre: “HACIENDAS EXTREMAS”

Fechas: Todos los días

Duración: 2DIAS/ 1 NOCHE

Dirigido a: Turistas nacionales y extranjeros que disfruten de los deportes extremos combinando con actividades de hacienda.

Recorrido: Quito- Haciendas- Quito

RECOMENDACIONES:

Llevar ropa abrigada

Bloqueador solar

Cámara fotográfica

COTIZACIÓN REFERENCIAL

COTIZACIÓN Nº 3

PAQUETE TURISTICO HACIENDAS EXTREMAS		
SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO GRUPOS 10 PAX
TRANSPORTE		
TRANSPORTE TERRESTRE	60	120
TOTAL TRANSPORTE	60	120
ALIMENTACION		
ALMUERZO "SIERRA ALISOS"	10	100
CENA	10	100
ALMUERZO "SANTA RITA"	7,32	73,2
TOTAL ALIMENTACION	27,32	273,2
HOSPEDAJE		
HACIENDA "SIERRA ALISOS"	35	350
TOTAL HOSPEDAJE	35	350
GASTOS EXTRAS		
RAPEL	15	150
VUELO DE CÓNDOR	15	150
ALIMENTACION CHOFER	27,32	27,32
HOSPEDAJE CHOFER	35	35
TOTAL GASTOS EXTRAS	92,32	362,32
SUBTOTAL	\$ 214,64	\$ 1.105,52

Tabla 64: Cotización Nº 3

Fuente: Proveedores turísticos del Cantón Mejía / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

TOUR INCLUYE:

Traslado y retorno Quito- Haciendas – Quito

Almuerzos

Cena primer día

Desayuno segundo día

Alojamiento

Guía

Equipo para las actividades: cabalgata, rapel, vuelo del cóndor

Ingreso a la reserva ecológica.

TOUR NO INCLUYE:

Gastos adicionales (bebidas, snacks y souvenirs)

3.3.2.5 CAPACITACIONES A LOS PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO.

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN:		GESTIÓN DE CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE
OBJETIVO:		Promover el desarrollo del turismo sostenible en el Cantón Mejía y así evitar posibles impactos ambientales negativos.
DURACIÓN:		40 horas
DIRIGIDO A:		A los prestadores de servicios turísticos del Cantón Mejía que se encuentren trabajando en el área.
# de PAX		24 pax
CONTENIDO	TEMAS A TRATAR	NÚMERO DE HORAS
	Herramientas de gestión para empresas turísticas.	8 horas
	Buenas prácticas de Turismo Sostenible.	8 horas
	Gestión de la calidad para empresas turísticas.	8 horas
	Gestión por procesos y mejora continua.	8 horas
	Introducción a los sistemas de Gestión de Calidad y Sostenibilidad.	8 horas

METODOLOGÍA:	<p>Conferencias</p> <p>Trabajos grupales</p> <p>Exposiciones</p> <p>Ejercicios en clase</p>
COSTO:	\$2226.50

Tabla 65: Capacitación en gestión de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible

Fuente: Documento técnico del programa nacional de capacitación turística / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

COSTO REFERENCIAL DE LA CAPACITACIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	Nº PAX	LUGAR	DETALLE	VALOR UNITARIO/HORA	VALOR TOTAL
Capacitación	MINTUR	24	SALA DE SESIONES MUNICIPALIDAD DE MEJÍA	Costo por hora del capacitador	\$ 25.00	\$1000.00
Alimentación	Organizador	26	POSADA DEL CHAGRA	Almuerzo por 5 días	\$9.00	\$1170.00
Materiales	MINTUR	24	SALA DE SESIONES MUNICIPALIDAD DE MEJÍA	2 resmas de papel	\$4.00	\$8.00
				30 esferos	\$0.25	\$7.50
				5 marcadores	\$1.00	\$5.00
				24 carpetas	\$0.50	\$12.00
				24 diplomas	\$1.00	\$24.00
TOTAL						\$2226.50

Tabla 66: Costo de la capacitación en gestión de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible

Fuente: Documento técnico del programa nacional de capacitación turística / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN:		GUIANZA ESPECIALIZADA
OBJETIVO:		Capacitar a guías turísticos para que cumplan con todos los requerimientos establecidos y así ofrecer un servicio seguro y de calidad hacia los turistas que visiten el cantón Mejía.
DURACIÓN:		48 horas
DIRIGIDO A:		A guías turísticos del cantón Mejía que posean licencia
# de PAX		24 pax
CONTENIDO	TEMAS A TRATAR	NÚMERO DE HORAS
	Turismo Sostenible	8 horas
	Técnicas de guianza	8 horas
	Comunicación y expresión	4 horas
	Convivencia en el trabajo	4 horas
	Calidad en la atención	4 horas
	Ética profesional	4 horas
	Salud y Seguridad	8 horas
	Territorialidad	8 horas
METODOLOGÍA:	Conferencias Trabajos grupales	

	Exposiciones	
	Ejercicio en clase	
COSTO:	\$2260.50	

Tabla 67: Capacitación en guianza especializada

Fuente: Documento técnico del programa nacional de capacitación turística / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

COSTO DE LA CAPACITACIÓN

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	Nº PAX	LUGAR	DETALLE	VALOR UNITARIO/HORA	VALOR TOTAL
Capacitación	MINTUR	24	SALA DE SESIONES MUNICIPALIDAD DE MEJÍA	Costo por hora del capacitador	\$ 25.00	\$1200.00
Alimentación	Organizador	26	POSADA DEL CHAGRA	Almuerzo por 6 días	\$9.00	\$1404.00
Materiales	MINTUR	24	SALA DE SESIONES MUNICIPALIDAD DE MEJÍA	2 resmas de papel	\$4.00	\$8.00
				30 esferos	\$0.25	\$7.50
				5 marcadores	\$1.00	\$5.00
				24 carpetas	\$0.50	\$12.00
				24 diplomas	\$1.00	\$24.00
TOTAL						\$2260.50

Tabla 68: Costo de la capacitación en guianza especializada

Fuente: Documento técnico del programa nacional de capacitación turística / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

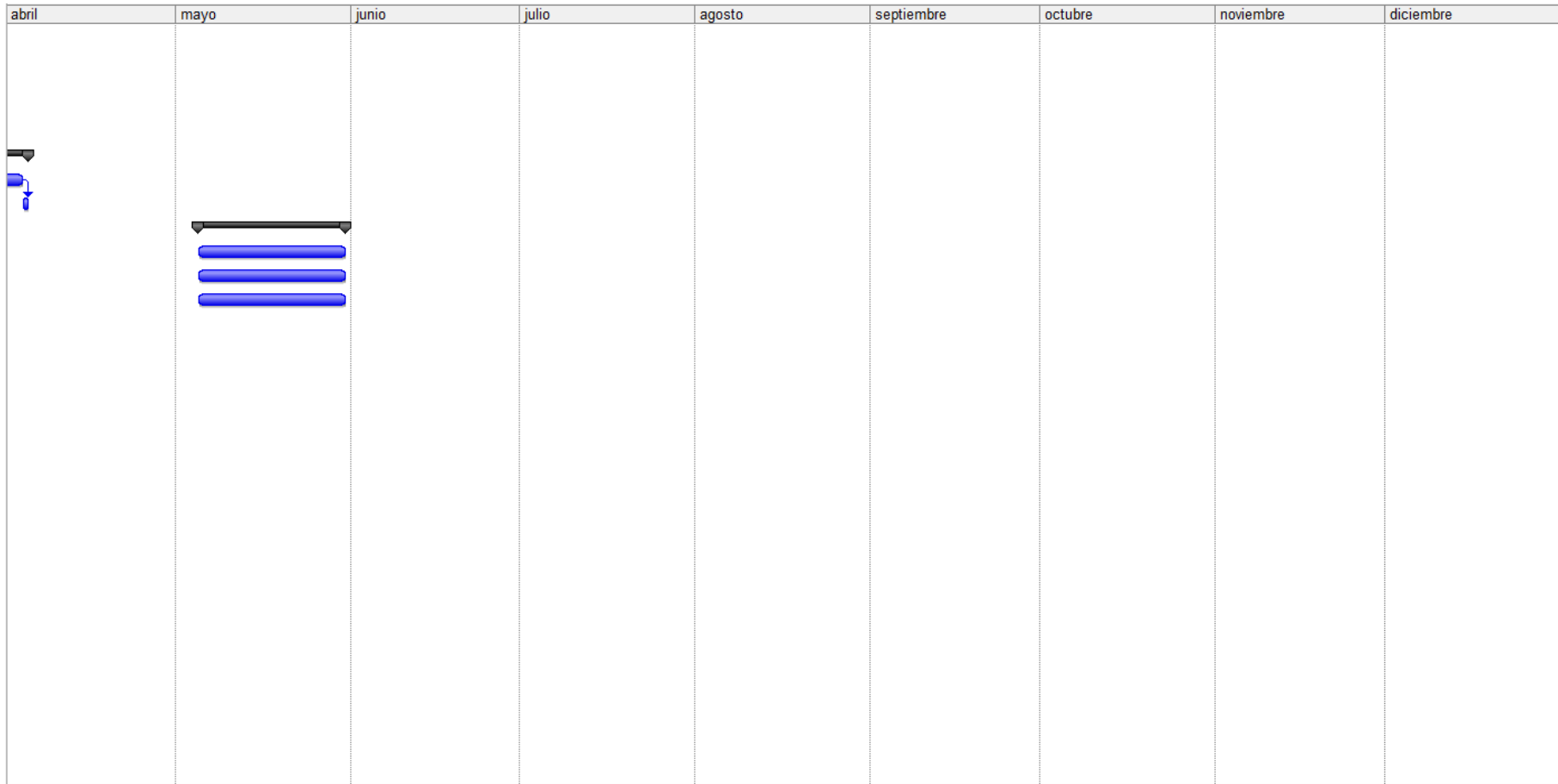


Gráfico 29: Cronograma para la implementación de estrategias
Fuente: Autores / Estefanía Domínguez y Andrés Reinoso

CAPÍTULO IV

4.1 CONCLUSIONES

- Las herramientas y los medios de promoción más utilizados en la actualidad son el uso de redes sociales, volanteo y páginas web, los cuales se utilizó para promocionar al Cantón Mejía.
- El Cantón Mejía posee una gran variedad de atractivos y festividades que llaman la atención al turista en especial El Paseo Procesional del Chagra como la principal fiesta que acuden; además visitan con gran afluencia la Ruta de los Volcanes y el Parque Nacional Cotopaxi.
- Los atractivos del Cantón Mejía tienen un gran potencial para diferentes segmentos de mercado; porque además de tener hosterías y haciendas que brindan esparcimiento y contacto con la naturaleza, posee diversos deportes extremos, tales como: cabalgatas, montañismo, tracking, camping, canoping, senderismo.
- Desarrollar un plan de Marketing para el cantón Mejía aportará al aumento del turismo en la zona, por lo que se ha diseñado un sinnúmero de material promocional como: trípticos, dípticos, vallas publicitarias, página web, pauta en redes sociales y una marca turística que lo identifique a nivel nacional.

- Para complementar el plan de Marketing se elaboró propuestas de capacitaciones y paquetes turísticos referenciales dirigidos a los prestadores de servicio.
- El presupuesto que tiene el Cantón Mejía es muy limitado, destinan un bajo presupuesto para la difusión del cantón, lo que hace necesario buscar nuevas formas de inversión en la promoción turística del cantón, buscando auspiciantes.

4.2 RECOMENDACIONES

- A la Dirección de Turismo del Cantón Mejía le corresponde realizar una promoción adecuada para promocionar al cantón, como un destino turístico importante en el Ecuador utilizando redes sociales, volanteo y páginas web que ayuden a que el turista a menudo visite la zona.
- Es recomendable que el Ministerio de Turismo, el Municipio del cantón y proveedores turísticos privados deben interesarse por todos y cada uno de los eventos relacionados con el turismo del cantón, colaborando en las principales festividades y promocionando al cantón.
- Resulta recomendable que la Dirección de Turismo del Cantón Mejía debe continuar con las actividades que está realizando en beneficio del Turismo de la zona, tales como ferias turísticas, gastronómicas y culturales.
- Para una eficaz promoción es recomendable el uso de la marca turística diseñada, realizar convenios y apoyar proyectos por parte de la Municipalidad con empresas y prestadores de servicio que cuenten con ideas innovadoras, que quieran aportar al desarrollo del turismo de la zona.
- El Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía deberá continuar con las capacitaciones dirigidas a los prestadores de servicio, en pro del turismo del cantón.

- Es aconsejable que los prestadores de servicios pongan en marcha y hagan realidad los paquetes turísticos diseñados en este plan de Marketing, con el fin de promocionar los atractivos del cantón.
- Es necesario reestructurar las cédulas presupuestarias que posee el cantón Mejía por parte del Municipio y asignar el presupuesto necesario para realizar la promoción turística que el cantón requiere y que llegue a ser un destino turístico importante en el país.
- Se recomienda al Municipio del cantón Mejía poner en marcha el presente proyecto, porque gracias a la promoción del turismo, el cantón obtendría mayores fuentes de ingreso, mayor desarrollo e incremento de fuentes de empleo.

BIBLIOGRAFÍA:

- Acerenza, M. Á. (2004). *Fundamentos de Marketing Turístico*. México: Trillas.
- Arboleda, A. (2006). *principios Administrativos y Estructura Organizacional*. Colombia .
- Banco Central del Ecuador . (2012). *Estadísticas Económicas*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/contenido.php?CNT=ARB0000003>
- Bonta, P., & Farber, M. (s.f.). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Norma.
- Camacho, R. F. (2012). *Procesos y Procedimientos: del concepto a la acción* . Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/procesosyprocedimientos>
- Carballal del Río, E. (2006). *Conceptos Modernos de Productividad* . Cuba.
- Científica Latina. (1980). *Manual de información Cultural, Educativo, Turística, Industrial, Comercial, Agrícola y Ganadera de la República del Ecuador*. España.
- Colaboradores de Wikipedia. (2013). *Atracción Turística*. (L. e. Wikipedia, Ed.) Recuperado el 2013, de http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Atracci%C3%B3n_tur%C3%ADstica&oldid=69267994

- Colaboradores de Wikipedia. (2013). *Cotización*. (l. e. Wikipedia, Ed.) Recuperado el 2013, de <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Cotizaci%C3%B3n&oldid=69670511>
- Colaboradores de Wikipedia. (2013). *Estrategia*. (l. e. Wikipedia, Ed.) Obtenido de <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Estrategia&oldid=71427827>
- Colaboradores de Wikipedia. (2013). *Fauna*. (L. E. Wikipedia, Ed.) Obtenido de <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Fauna&oldid=71292105>
- Colaboradores de Wikipedia. (2013). *Flora*. (L. E. Wikipedia, Ed.) Obtenido de <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Flora&oldid=71641054>
- Colaboradores de Wikipedia. (2013). *Transporte*. (l. E. Wikipedia, Ed.) Obtenido de <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Transporte&oldid=71729701>
- Delgado, C., Lorentty, P., & Osorio, V. (2009). *Diseño de un Plan de Marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi*.
- Equipo PLANDETUR 2020. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador*.
- Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía. (2013). *Marco Estratégico*. Machachi.

- Gobierno A.D.Municipal del Cantón Mejía . (2013). *Guia turística Cantón Mejía*. Machachi.
- Gobierno de la Provincia de Pichincha. (2001). *Plan General de Desarrollo Provincial de Pichincha*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos . (2013). *Portal de Estadísticas* . Obtenido de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- Jiménez, W. (1982). *Introducción al Estudio de la Teoría Administrativa* . México: FCE.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing* . México: Pearson Educación
- .Kroeber, A., & Clydekluckhohn. (1952). *Cultura:Una reseña crítica de conceptos y definiciones*.
- Lozano Rodríguez, P. X. (2005-2006). *Plan de Marketing Turístico para el Cantón Guamote, provincia de Chimborazo* .
- Mediano Grupo de Medios de Comunicación Digitales. (2009). *Puro Marketing*. Obtenido de Diccionario de Marketing: <http://www.puromarketing.com/diccionario-marketing/639/consumidor#>
- OMT, Organización Mundial de Turismo. (2004). *Introducción al Turismo* . Madrid.
- Real Academia Española. (2007). *Diccionario Manual de la lengua Española* . Larousse .

- SERNATUR. (2008). *Modelo de Gestión Integral de Destinos Turísticos*. Santiago de Chile .
- SIISE, S. I. (2012). *Indicadores Prioritarios* . Obtenido de http://www.siise.gob.ec/Indicadores_Prioritarios/fichas/ficindex_P001.htm
- Visitecuador. (2011). *Ecuador* . Obtenido de <http://visitecuador.com.ec/es-EC/pages/index.html#homepage>
- Whittaker, R. (1972). *Evolution and measurement of species diversity*.