



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA
PARROQUIA MULALÓ.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Ingenieras Comerciales

Autoras:

Almache Tapia Jessica Estefanía

Gualpa Almachi Liliana Elizabeth

Tutora:

Ing. Borja Brazales Yadira Paola

Latacunga - Ecuador

Marzo - 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo **Almache Tapia Jessica Estefanía** declaro ser autora del presente proyecto de investigación: Estrategias de Marketing para la promoción turística de la parroquia Mulaló, siendo **Ing. Borja Brazales Yadira Paola** directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



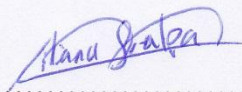
Jessica Estefanía Almache Tapia

C.I. 050434434-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo **Gualpa Almachi Liliana Elizabeth** declaro ser autora del presente proyecto de investigación: Estrategias de Marketing para la promoción turística de la parroquia Mulaló, siendo **Ing. Borja Brazales Yadira Paola** directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



.....
Liliana Elizabeth Gualpa Almachi

C.I. 0504151960

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título: **“Estrategias de marketing para la promoción turística de la parroquia Mulaló”**, de **Almache Tapia Jessica Estefanía, Gualpa Almachi Liliana Elizabeth**, de la carrera **Ingeniería Comercial**, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto, que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero, 2017

Firma:

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above a horizontal dotted line.

Ing. Yadira Paola Borja Brazales

C.I. 0502786833

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad Académica de **Ciencias Administrativas**; por cuanto, las postulantes: **Almache Tapia Jessica Estefanía y Gualpa Almachi Liliana Elizabeth** con el título de Proyecto de Investigación: **Estrategias de Marketing para la promoción turística de la parroquia Mulaló** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Febrero, 2017

Para constancia firman:

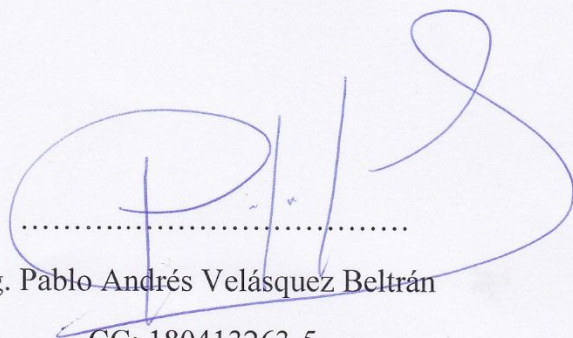


.....

Ing. Wilson Fabián Trávez Moreno

CC: 050185485-5

LECTOR 1

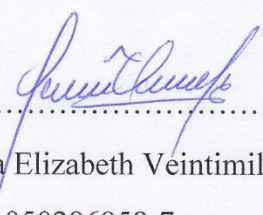


.....

Ing. Pablo Andrés Velásquez Beltrán

CC: 180413263-5

LECTOR 2



.....

MSc. Jirma Elizabeth Veintimilla Ruiz

CC: 050296958-7

LECTOR 3

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres quienes me apoyaron en las buenas y en las malas, supieron guiarme por el camino adecuado, agradezco por cada una de sus palabras de aliento que necesitaba para seguir adelante sin desmayar. También agradezco a mi hermana que aunque no está conmigo personalmente espiritualmente nunca me dejo sola es un ángel que me ha dado las fuerzas para seguir adelante y ha sido un ejemplo para mí me enseñó a conseguir mis objetivos y metas sin importar lo duro que sea el camino.

Jessica Almache

En primer lugar agradezco a Dios por haber iluminado mi camino y por haberme dado una gran familia que me supo apoyar en las buenas y en las malas para poder cumplir con mis metas y sueños, también agradezco a mis amigos y amigas que compartieron su tiempo y su amistad durante todos estos años de la carrera.

Liliana Gualpa

DEDICATORIA

Dedico a mis docentes que tuvieron la paciencia y la sabiduría para guiarme en un largo camino que empezamos y que ahora estamos a punto de finalizar, quienes siempre nos dieron su mano para levantarnos y seguir adelante, nos enseñaron que la vida profesional lo principal es ser humilde y actuar con ética.

Jessica Almache

El presente proyecto lo dedico con mucho amor a mis padres, a mi esposo y a mi hijo la cual ellos siempre me dieron su cariño y su apoyo para poder seguir en adelante y no rendirme con los grandes retos que nos ha puesto la vida.

Liliana Gualpa

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
FACULTAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TITULO: “Estrategias de Marketing para la promoción turística de la Parroquia Mulaló.”

Autor/es: Jessica Estefanía Almache Tapia.

Liliana Elizabeth Gualpa Almachi.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tuvo como finalidad realizar estrategias de marketing para impulsar el sector turístico de la parroquia Mulaló, permitiendo de esta manera crear nuevas fuentes de empleo aprovechando la existencia de los mismos. El problema esencial es la falta de explotación de los lugares turísticos que tiene la parroquia misma que es generada por la falta de aplicación de estrategias de marketing, lo que impide que se conozca los diferentes atractivos turísticos con los que tiene. Por esta razón la elaboración del diagnóstico situacional de la parroquia fue fundamental para poder identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, ya que estos fueron de gran utilidad para determinar las estrategias más adecuadas que permitió promocionar el inventario turístico. Se utilizó una metodología de investigación adecuada que ayudó a la recopilación de información efectiva y necesaria para sustentar la posible solución al problema e inconveniente detectado en la parroquia Mulaló. El objetivo de la investigación fue diseñar estrategias de marketing que ayudó a explotar los recursos naturales que tiene, aprovechando la gran biodiversidad que existe en esta zona, con la finalidad de captar y fidelizar turistas potenciales, a través de las estrategias planteadas para promocionar y mejorar todos los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló. Logrando de esta manera mejorar el estilo de vida de los habitantes aledaños a estos lugares turísticos.

Palabras Clave: Marketing, Estrategias, Turismo, Promoción

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ACADEMIC FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

I TITLE: “Strategies of Marketing for the tourist promotion of the Parish Mulaló.”

Authors: Jessica Estefanía Almache Tapia.

Liliana Elizabeth Gualpa Almachi.

ABSTRACT

The present research project had as purpose to perform marketing strategies to boost the tourism industry of the parish Mulaló, allowing by this way to create new sources of employment taking advantage of the existence of the same. The essential problem is the lack of exploitation of the places that the parish have itself that is generated by the lack of implementation of marketing strategies, which prevents learn the different tourist attractions with which it has. For this reason the elaboration of the situational diagnosis of the parish was essential in order to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats, since these were very useful to determine the most appropriate strategies that allowed promote the inventory of tourism. Used a methodology of adequate investigation that helped the collection of effective information and needed to support a possible solution to the problem and inconvenience detected in the parish Mulaló. The objective of the research was to design marketing strategies that helped to exploit the natural resources that has, taking advantage of the great biodiversity that exists in this area, with the aim of capturing and engage potential tourists, through the strategies outlined to promote and enhance all the sights that has parish Mulaló. Achieving this way to improve the lifestyle of the habitants surrounding these touristic sites.

Keywords: Marketing, Strategies, Tourism, Promotion.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCION

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen del proyecto al Idioma Inglés presentado por las señoritas Egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas: **JESSICA ESTEFANÍA ALMACHE TAPIA Y LILIANA ELIZABETH GUALPA ALMACHI**, cuyo título versa “**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MULALÓ**”, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Marzo del 2017

Atentamente,

Lic. Edison Marcelo Pacheco Pruna
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 0502617350

INDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
AVAL DE TRADUCCIÓN	x
INDICE.....	xi
Índice de Tablas.....	xiv
Índice de Cuadros	xv
Índice de Figuras	xvii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1 Título del proyecto:.....	1
1.2 Fecha de inicio:	1
1.3 Fecha de finalización:	1
1.4 Lugar de ejecución:.....	1
1.5 Facultad académica que auspicia	1
1.6 Carrera que auspicia:	1
1.7 Proyecto de investigación vinculado:	1
1.8 Equipo de trabajo:	1
1.9 Área de conocimiento:	1
1.10 Línea de investigación:	1
1.11 Sub líneas de investigación de la carrera:	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
4.1 Beneficiarios directos	4
4.2 Beneficiarios indirectos	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	5
6. OBJETIVOS:.....	6
6.1 Objetivo general.....	6
6.2 Objetivo específicos.....	6
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACION A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	7
Categorías Fundamentales	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	10
8.1 Marketing.....	10
8.2 Estrategia	11
8.2.1 Tipos de estrategias.....	12
8.2.1.1 Estrategias corporativas.....	12
8.2.1.2 Estrategia competitiva	13
8.2.1.3 Estrategia operativa o funcional	13
8.3 Promoción.....	13
8.3.1 Importancia de la promoción	14
8.3.2 Publicidad de la promoción	15
8.4 Turismo	15

8.4.1 Atractivo turístico	16
8.4.2 Rutas turísticas	17
9. VALIDACION DE LAS PREGUNTAS CIENTIFICAS O HIPOTESIS:	18
9.1 Afirmativa	18
9.2 Nula.....	18
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	18
10.1 Tipos de investigación	18
10.1.1 Descriptiva:.....	18
10.2 Método	18
10.2.1 Inductivo:.....	18
10.3 Fuentes de información.....	18
10.3.1 Fuentes primarias:	19
10.3.2 Fuentes secundarias:	19
10.4 Enfoques	19
10.4.1 Cuantitativos:	19
10.4.2 Cualitativos:.....	19
10.5 Técnicas	19
10.5.1 Encuesta	19
10.5.2 Entrevista	20
10.5.3 Observación	20
10.6 Metodología del proyecto	20
11. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS:	21
11.1 Segmentación de mercado	21
11.2 Tamaño de la muestra	21
11.3 Resultados	23
11.4 Verificación de hipótesis	36
11.5 Cálculo del chi cuadrado.....	36
11.6 Diagnóstico situacional.....	38
11.6.1 Caracterización de la parroquia Mulaló San Francisco de Mulaló.	38
11.6.2 Biodiversidad:	38
11.6.2.1 Flora	38
11.6.2.2 Fauna.....	39
11.6.2.3 Nomenclatura del diagnóstico interno	39
11.6.2.4 Matriz de la biodiversidad	40
11.6.3 Vialidad.....	40
11.6.3.1 Matriz de la vialidad	41
11.6.4 Servicios básicos	41
11.6.4.1 Agua.....	41
11.6.4.2 Luz eléctrica.....	42
11.6.4.3 Alcantarillado.....	42
11.6.4.4 Transporte	42
11.6.4.5 Matriz de servicios básicos	43
11.6.5 Vivienda.....	44
11.6.5.1 Matriz de vivienda	44
11.6.6 Mercado laboral	44
11.6.6.1 Matriz de mercado laboral	45
11.6.7 Migración.....	45
11.6.7.1 Matriz de la migración	46
11.6.8 El inventario de atractivo turístico.....	47
11.6.8.1 Matriz de perfil interno EFI	63

11.6.9 Diagnóstico externo	64
11.6.9.1 Nomenclatura del diagnóstico externa.....	65
11.6.9.2 Factor económico.....	65
11.6.9.2.1 Inflación	66
11.6.9.2.2 Producto interno bruto (PIB)	67
11.6.9.2.3 Matriz factor económico	68
11.6.9.3 Factor demográfico	68
11.6.9.3.1 Población	68
11.6.9.3.2 Población económicamente activa (PEA).....	69
11.6.9.3.3 Matriz factor demográfico	71
11.6.9.4 Factor político	71
11.6.9.4.1 Matriz factor político	73
11.6.9.5 Factor tecnológico.....	73
11.6.9.5.1 Matriz factor tecnológico.....	75
11.6.9.6 Factor social	75
11.6.9.6.1 Educación.....	75
11.6.9.6.2 Desempleo	76
11.6.9.6.3 Matriz factor social.....	76
11.6.9.7 Factor cultural	77
11.6.9.7.2 Competencia	77
11.6.9.7.3 Matriz factor cultural	78
11.6.10 Matriz de perfil externo EFE	79
11.6.11 Matriz FODA.....	80
11.6.12 Matrices EFI y EFE	81
11.6.13 FODA Cruzado	84
11.6.14 Elaboración de estrategias	86
11.6.15 Presupuesto general de las estrategias	112
12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS): ..	113
13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	116
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	119
15. BIBLIOGRAFÍA	120
16. ANEXOS	121
Anexo 1: Hoja de vida	121
Anexo 2: Entrevista	123
Anexo 3: Encuesta	125
Anexo 4: Ficha de observación.....	128
Anexo 5: Mapa de ubicación de la Parroquia Mulaló.....	129
Anexo 6: Entrevista Llena	129

Índice de Tablas

Tabla 1: Beneficiarios directos	4
Tabla 2: Beneficiarios Indirectos.....	4
Tabla 3: Tabulación de las preguntas para el chi- cuadrado.....	37
Tabla 4: Prueba del chi-cuadrado	37
Tabla 5: Inflación.....	66
Tabla 6: Producto interno bruto.....	67
Tabla 7: Población	69
Tabla 8: Población económicamente activa	70
Tabla 9: Desempleo	76
Tabla 10: Matriz de factores internos	81
Tabla 11: Matriz de factores externos	82

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Actividades y sistema de tareas	7
Cuadro 2: Segmentación de mercado	21
Cuadro 3: Nomenclatura del diagnóstico Interno.....	39
Cuadro 4: Matriz de la biodiversidad	40
Cuadro 5: Matriz de la vialidad	41
Cuadro 6: Matriz de servicios básicos	43
Cuadro 7: Matriz de vivienda	44
Cuadro 8: Matriz de mercado laboral	45
Cuadro 9: Matriz de la migración.....	46
Cuadro 10: Piedra Chilintosa.....	47
Cuadro 11: Piedra Santa Bárbara.....	48
Cuadro 12: Hacienda Barrancas	49
Cuadro 13: Hacienda San Agustín de Callo	50
Cuadro 14: Hacienda Tambo Mulaló	51
Cuadro 15: Manantiales Cotopaxi	52
Cuadro 16: Laguna de Limpiopungo.....	53
Cuadro 17: Páramo de Jitío	54
Cuadro 18: Cueva Iglesia Guayco	55
Cuadro 19: Cañón San Diego	56
Cuadro 20: Cerro Morurco	57
Cuadro 21: Cerro del Callo.....	58
Cuadro 22: Cerro del Morro	59
Cuadro 23: Volcán Cotopaxi	60
Cuadro 24: Área Nacional de Recreación el Boliche	61
Cuadro 25: Parque Nacional Cotopaxi	62
Cuadro 26: Matriz del inventario turístico	63
Cuadro 27: Matriz de perfil interno EFI.....	63
Cuadro 28: Nomenclatura del diagnóstico externo	65
Cuadro 29: Matriz factor económico.....	68
Cuadro 30: Matriz factor demográfico	71
Cuadro 31: Factor político.....	72
Cuadro 32: Matriz factor político	73
Cuadro 33: Tecnología	74
Cuadro 34: Matriz factor tecnológico.....	75
Cuadro 35: Matriz factor social	76
Cuadro 36: Competencia	77
Cuadro 37: Matriz factor cultural	78
Cuadro 38: Matriz de perfil externo EFE	79
Cuadro 39: Matriz FODA.....	80
Cuadro 40: FODA cruzado.....	84
Cuadro 41: Capacitar a los pobladores	86
Cuadro 42: Presupuesto de la estrategia de capacitar a los pobladores.....	86
Cuadro 43: Capacitaciones	87

Cuadro 44: Estrategia de centros de información turística.....	88
Cuadro 45: Presupuesto de la estrategia de centros de información turística	88
Cuadro 46: Centro de información	89
Cuadro 47: Estrategia de convenios con las cooperativas de transporte	90
Cuadro 48: Presupuesto de la estrategia del convenio con las cooperativas de transporte	90
Cuadro 49: Tours turísticos	91
Cuadro 50: Estrategias de colocar pantallas dinámicas.....	92
Cuadro 51: Presupuesto para la estrategia de pantallas dinámicas.....	92
Cuadro 52: Pantalla dinámicas	93
Cuadro 53: Video promocional de los lugares turísticos.....	94
Cuadro 54: Presupuesto de la estrategia del video promocional de los lugares turísticos	94
Cuadro 55: Video promocional de los lugares turísticos.....	95
Cuadro 56: Imagen turística de la parroquia Mulaló.....	96
Cuadro 57: Presupuesto para la estrategia de la imagen turística	96
Cuadro 58: Imagen turística	97
Cuadro 59: Estrategia utilizar redes sociales	98
Cuadro 60: Presupuesto de la estrategia de utilizar redes sociales.....	98
Cuadro 61: Utilización de redes sociales.....	99
Cuadro 62: Estrategia del stand turístico	100
Cuadro 63: Presupuesto de la estrategia de stand turístico.....	100
Cuadro 64: Stand turístico	101
Cuadro 65: Promocionar la imagen turística	102
Cuadro 66: Presupuesto de la estrategia de promocionar la imagen turística	102
Cuadro 67: Promoción de la imagen turística	103
Cuadro 68: Convenios con el ministerio de turismo	104
Cuadro 69: Presupuesto de la estrategia de los convenios con el ministerio de turismo	104
Cuadro 70: Señalética en los lugares turístico.....	105
Cuadro 71: Señalética de prohibición en los lugares turísticos.....	105
Cuadro 72: Estrategia de convenios interinstitucionales.....	106
Cuadro 73: Presupuesto de la estrategia de los convenios interinstitucionales.....	106
Cuadro 74: Ferias de comida típica	107
Cuadro 75: Estrategia de implementar áreas de descanso	108
Cuadro 76: Presupuesto para la estrategia de implementar áreas de descanso	108
Cuadro 77: Áreas de descanso.....	109
Cuadro 78: Cuñas	110
Cuadro 79: Presupuesto de la estrategia de la cuña publicitaria	110
Cuadro 80: Cuña publicitaria.....	111
Cuadro 81: Presupuesto general de las estrategias	112
Cuadro 82: Significancia del puntaje del impacto.....	113
Cuadro 83: Impacto sociocultural.....	113
Cuadro 84: Impacto ambiental	114
Cuadro 85: Impacto económico.....	115
Cuadro 86: Presupuesto para la propuesta del proyecto.....	116

Índice de Figuras

Figura 1: Árbol de problemas	5
Figura 2: Pirámide de elaboración de estrategias	12
Figura 3: Conoce los lugares turísticos	23
Figura 4: Las estrategias de marketing impulsarán al desarrollo turístico	24
Figura 5: La promoción y publicidad fomentan el turismo	25
Figura 6: Medios de comunicación	26
Figura 7: Lugares turísticos que ha visitado	27
Figura 8: Con qué frecuencia visita los lugares turísticos	28
Figura 9: Con cuantas personas visita un lugar turístico	29
Figura 10: Costo promedio que realiza	30
Figura 11: Las razones que visita un lugar turístico	31
Figura 12: Prioridad a la hora de elegir un lugar turístico	32
Figura 13: Servicios que se implementen	33
Figura 14: Como conoció los lugares turísticos	34
Figura 15: Mejorar en el sitio turístico	35
Figura 16: Inflación	66
Figura 17: Producto interno bruto	67
Figura 18: Población	69
Figura 19: Población económicamente activa	70

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del proyecto:

Estrategias de marketing para la promoción turística de la parroquia Mulaló.

1.2 Fecha de inicio:

Abril del 2016

1.3 Fecha de finalización:

Marzo 2017

1.4 Lugar de ejecución:

Parroquia Mulaló, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi, Zona 3

1.5 Facultad académica que auspicia

Ciencias Administrativas

1.6 Carrera que auspicia:

Ingeniería Comercial

1.7 Proyecto de investigación vinculado:

Proyecto de la Carrera Ingeniería Comercial

1.8 Equipo de trabajo:

Autora: Jessica Estefanía Almache Tapia

Autora: Liliana Elizabeth Gualpa Almachi

Tutora: Ing. Yadira Paola Borja Brazales

1.9 Área de conocimiento: Marketing

1.10 Línea de investigación: Administración y Economía para el desarrollo humano y social

1.11 Sub líneas de investigación de la carrera: Gestión de Marketing

2. RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto de investigación tuvo como finalidad realizar estrategias de marketing para impulsar el sector turístico de la parroquia Mulaló, permitiendo de esta manera crear nuevas fuentes de empleo aprovechando la existencia de los mismos. El problema esencial es la falta de explotación de los lugares turísticos que tiene la parroquia misma que es generada por la falta de aplicación de estrategias de marketing, lo que impide que se conozca los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta. Por esta razón la elaboración del diagnóstico situacional de la parroquia fue fundamental para poder identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, ya que estos fueron de gran utilidad para determinar las estrategias más adecuadas que permitió promocionar el inventario turístico. Se utilizó una metodología de investigación adecuada que ayudó a la recopilación de información efectiva y necesaria para sustentar la posible solución al problema e inconveniente detectado en la parroquia Mulaló. El objetivo de la investigación fue diseñar estrategias de marketing que ayudó a explotar los recursos naturales que tiene, aprovechando la gran biodiversidad que existe en esta zona, con la finalidad de captar y fidelizar turistas potenciales, a través de las estrategias planteadas para promocionar y mejorar todos los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló. Logrando de esta manera mejorar el estilo de vida de los habitantes aledaños a estos lugares turísticos.

Palabras Clave: Marketing, Estrategias, Turismo, Promoción

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La presente investigación nos permitió determinar nuevas formas de promocionar el sector turístico de la Parroquia Mulaló, mejorando el aspecto social, económico, ambiental de la misma, a través de la aplicación de estrategias de marketing que aporten al desenvolvimiento adecuado de dichos sectores.

El aporte que se dio en el proyecto es contribuir al desarrollo turístico de la parroquia Mulaló. La importancia es que a través de las estrategias de marketing ayudará a promocionar los 16 lugares turísticos con la que cuenta la parroquia, de esta manera contribuiremos a la explotación total de aquellos lugares que no han sido promocionados, logrando así captar turistas potenciales que generen mayores ingresos económicos para el sector y así los habitantes de la parroquia puedan generar fuentes de empleo.

A través de la aplicación de estrategias de marketing se promocionará el turismo de la parroquia, considerando que hay que convencer al turista que el lugar escogido es el más adecuado para visitarlo, para esto hay que tener en cuenta los factores como: el precio, el servicio, y la plaza, teniendo así una ventaja competitiva a través de estrategias difíciles de igualar, las mismas que sean únicas, posibles de aplicar y mantener.

Mediante la elaboración de estrategias de marketing se espera obtener resultados que beneficien a los barrios, comunidades y a todos los habitantes de la parroquia Mulaló, de esta manera ayudará que este sector sea una opción predilecta de visita por los diferentes turistas que viajan a distintos lugares del país.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1 Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos son los barrios y comunidades que viven aledaños a los 16 lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló.

Tabla 1: Beneficiarios directos

Descripción	Total habitantes
San Ramón	775 habitantes
Ticatilín	51 habitantes
Joseguango Alto	1325 habitantes
San Agustín de Callo	1500 habitantes
Caspi	300 habitantes
Centro de Mulaló	1250 habitantes
Total beneficiarios directos	5201 habitantes

Fuente: Plan de Ordenamiento Vigente San Francisco de Mulaló

Elaborado por: Grupo investigadores

4.2 Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos son en general todos los habitantes de la parroquia Mulaló, debido a que los lugares turísticos están ubicados en la parroquia pero en distintos barrios.

Tabla 2: Beneficiarios Indirectos

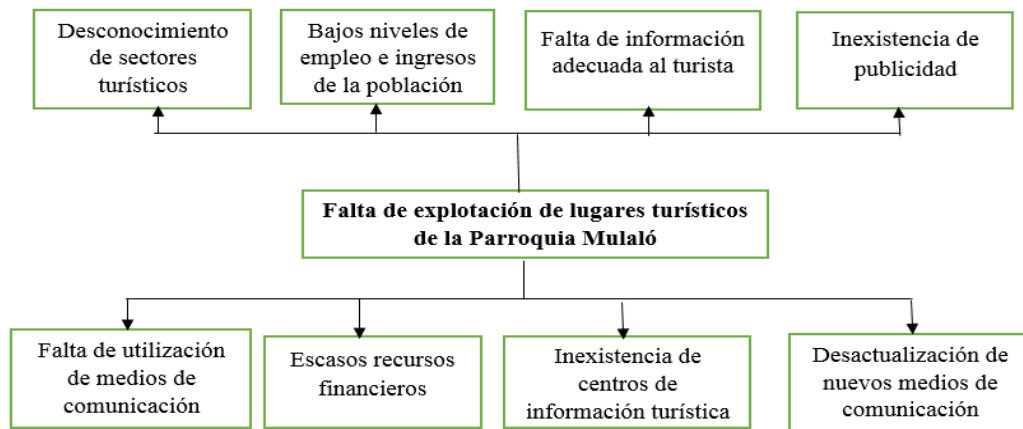
Hombres	3.870 habitantes
Mujeres	4.225 habitantes
Total	8.095 habitantes

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Grupo investigadores

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

Figura 1: Árbol de problemas



Elaborado por: Grupo de investigadores

Descripción del problema de investigación

Falta de explotación de lugares turísticos de la parroquia Mulaló.

La parroquia Mulaló una de las más antiguas del cantón Latacunga en la que se ha podido observar que existen 16 lugares turísticos que no han sido explotados, la causa por la que se dio esta situación es porque no ha existido estrategias de marketing que sean adecuadas para la promoción turística de estos lugares, esta situación se ha dado por el descuido de las autoridades encargadas de la parroquia Mulaló. En los últimos años la actividad turística se ha constituido como una de las opciones para generar ingresos económicos, y a su vez han generado fuentes de empleo, promoviendo el desarrollo social y económico de un sector determinado, permitiendo de esta manera mejorar el estilo de vida de los pobladores.

El desconocimiento de estrategias de marketing para promocionar y mejorar los sectores turísticos han generado que no se aprovechen los sectores turísticos de la parroquia Mulaló, razón por la cual la inadecuada promoción turística de los lugares ha ocasionado el desconocimiento para muchos turistas, además de otros factores como los escasos recursos económicos con los que cuenta la parroquia y el desconocimiento de los medios de comunicación que les permita informar a los turistas acerca de la existencia de estos lugares turísticos que posee la parroquia Mulaló, los mismos que son relevantes, porque a través de estos pueden generar nuevas fuentes de empleo, con la cual los habitantes de la parroquia obtendrán algún beneficio económico.

6. OBJETIVOS:

6.1 Objetivo general

Diseñar estrategias de marketing mediante una previa investigación para mejorar y promocionar los lugares turísticos con los que cuenta la parroquia Mulaló.

6.2 Objetivo específicos

- ✓ Realizar un diagnóstico situacional para elaborar estrategias de marketing de los lugares turísticos de la parroquia Mulaló.
- ✓ Seleccionar la metodología adecuada para el desarrollo de la investigación
- ✓ Desarrollar estrategias de marketing para el mejoramiento y la promoción de los lugares turísticos.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Cuadro 1: Actividades y sistema de tareas

Objetivo 1	Actividad	Resultado de la actividad	Técnicas e instrumentos
Realizar un diagnóstico situacional para elaborar estrategias de marketing de los lugares turísticos de la parroquia Mulaló.	Recopilar información mediante observaciones.	Lo que se identificó es que los pobladores de la parroquia Mulaló, no conocen por completo los lugares turísticos que tiene el mismo, también las autoridades no utilizan estrategias para mejorar y promocionar los lugares turísticos.	La técnica que se utilizó es la observación la misma que permitió obtener una solución adecuada. El instrumento que se utilizará es la ficha de observación.
Seleccionar la metodología adecuada para el desarrollo de la investigación.	Realizar una entrevista al presidente de la junta parroquia y realizar las encuestas a los moradores de la ciudad de Latacunga.	El resultado de la entrevista es que la autoridad no utiliza estrategias de marketing para el mejoramiento y la promoción turística. El resultado de la encuesta es que la mayor parte solo conoce la Piedra Chilintosa y desconocen de los otros lugares turísticos.	La entrevista nos permitirá conocer las necesidades que requieren los diferentes lugares turísticos de la parroquia. La encuesta es un instrumento que ayudó a recolectar información que permitirá dar solución al problema de investigación mediante un análisis de los mismos, que permitirá elaborar estrategias de marketing que ayuden a la solución del problema.

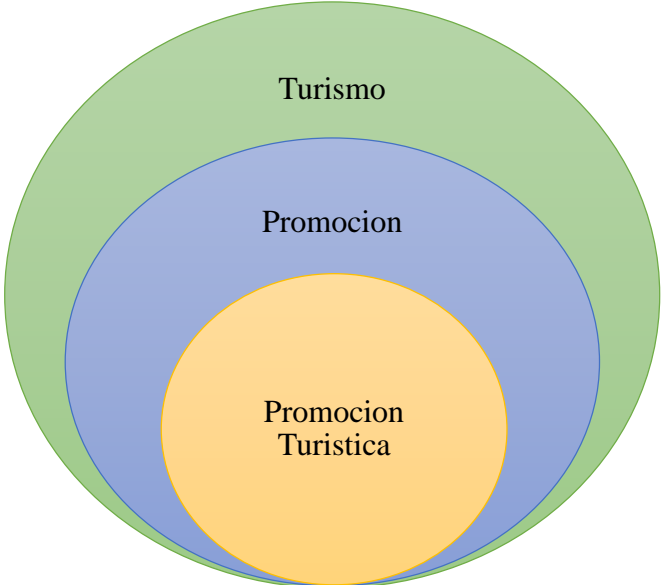
Objetivo 3	Actividad	Resultado de la actividad	Técnicas e instrumentos
Desarrollar estrategias de Marketing para el mejoramiento y la promoción de los lugares turísticos.	Plantear estrategias de innovación para mejorar y promocionar los lugares turísticos.	Observamos que existen estrategias que ayudarán a mejorar y promocionar los lugares turísticos aprovechando las fortalezas que tiene la parroquia Mulaló.	La técnica que se utilizó es la observación la misma que nos permitió conocer las fortalezas y debilidades que tienen los lugares turísticos. El instrumento que se utilizará es la ficha de observación, la misma que nos ayudó a recolectar información relevante para realizar las Matrices FODA, FODA Cruzado Matriz EFE, EFI y el cuadro de estrategias.

Elaborado por: Grupo de Investigadores

Categorías Fundamentales



Variable Independiente



Variable dependiente

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1 Marketing

Podemos decir que el marketing es un proceso por la cual comprenden una serie de actividades con el fin de poder innovar, crear, comunicar algo nuevo que llame la atención del cliente para poder así intercambiar bienes o servicios que permitan satisfacer los deseos o necesidades que tienen nuestros consumidores. Kotler (2001) manifiesta que: “el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” (p.7). Se debe tener en cuenta que también uno de los objetivos de la empresa es lograr obtener los beneficios con dicho producto, por esta razón siempre se deben orientar a las expectativas que el cliente tienen para poder cumplir con la satisfacción del mismo ya a la vez cumplir con el objetivo que tiene la empresa.

Esto se refiere en sí que debemos saber identificar en primer lugar lo que es un deseo y una necesidad, por esta razón se conoce como una necesidad a todo estado de carencia que percibe un individuo, mientras que deseo se considera como una aspiración que tienen las personas para poder satisfacer de esa necesidad ya sea de un producto o servicio con la finalidad de haber logrado el beneficio esperado ante un mercado. Para la American M. (2008), menciona que: "El marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización." (p.5). Mediante el marketing se puede captar nuevos mercados, cubriendo siempre las necesidades por medio de creaciones e intercambios entre sí con la cual se puede obtener rentabilidad y un mejor desarrollo comercial para la empresa y a la vez también mejorar los servicios ante los clientes con el cual se puede llegar a obtener un incremento de ventas de los productos o servicios para poder posicionar a la empresa dentro de cualquier mercado, y cumplir con el objetivo que es satisfacer a los clientes con sus deseos o necesidades que suelen tener para poder así ser reconocidos y ganar un prestigio como empresa.

También cuando hablamos de marketing no debemos referirnos solo a satisfacer las necesidades de los clientes, al contrario debe satisfacer las necesidades de la empresa, esto lo hacemos a través del mejoramiento del proceso administrativo como el proceso de producción con la finalidad de obtener una eficiente utilidad, que me permita corregir los

errores que existan y poder permanecer en el mercado como una empresa competitiva. Hair (2011) afirma que: “El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar, e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general” (p.3). Mencionado lo anteriormente se debe tener muy en claro a lo que se refiere marketing el cual nos ayudará saber a través de que métodos y técnicas se desarrollará el marketing para poder buscar que es lo que el cliente quiere.

8.2 Estrategia

Las estrategias son las que dan orientación a las diferentes acciones que permitirán el cumplimiento de los objetivos, es decir la estrategia contiene un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente que van acorde a las actividades que desempeña una empresa. Por consecuencia se puede afirmar que las estrategias son esenciales ya que las mismas dan direccionalidad a las acciones y aporta a la coordinación de recursos físicos, económicos y de personal en torno a objetivos, con ello logrando eficiencia y eficacia en el desempeño de las actividades. SAINZ (2006) afirma:

La estrategia consiste sencillamente en adecuar nuestros factores internos a los factores externos para obtener la mejor posición competitiva. El directivo en función de su interpretación del análisis efectuado, tiene que plantear diversa opciones y reflexionar acerca de la más idónea, teniendo siempre presente los medios de los que dispone y los resultados deseado. (p. 296)

Las estrategias que sean adecuadas nos ayudan a poner en orden y asignar los recursos de una organización con el fin de poder lograr algunos cambios dentro de la empresa y a la vez también poder obtener con estas estrategias una ventaja competitiva de nuestra competencia con el fin de poder captar nuevos clientes y a la vez poder fidelizarlos para poder incrementar las ventas y mejorar la economía de la misma, Fred R. (2003) menciona que “estrategia proviene de la palabra griega strategos, jefes del ejército. Tradicionalmente utilizada en operaciones guerreras, solo en una época bastante reciente este término se ha aplicado a otras actividades humanas y en particular a las actividades de negocios” (p.31). La palabra estrategia antiguamente fue usada por los jefes del ejército para crear operaciones de guerras estratégicas las cuales les ayudarían a ganar las guerras. En la actualidad la palabra estrategia es utilizada en las actividades de negocio, los cuales

permitirán a las organizaciones o empresas a ser más competitivos y así poder lograr incrementar sus ventas y aumentar más clientes.

8.2.1 Tipos de estrategias

La formulación estratégica de una empresa se despliega en varios niveles como son:

Pirámide de elaboración de estrategias

Figura 2: Pirámide de elaboración de estrategias



Elaborado por: Grupo de investigadores

8.2.1.1 Estrategias corporativas

Las estrategias corporativas se refieren a alcanzar los objetivos que la empresa se ha planteado con la finalidad de poder sentirse satisfechos con las expectativas que han planteado el líder de la empresa u organización. Andrade (2005) manifiesta que “la estrategia corporativa enumera los objetivos a alcanzar con el fin de armonizar las expectativas de los accionistas o de los líderes con los valores alrededor de las cuales la entidad se organiza” (p.79). A su vez también esta estrategia permite mejorar el valor económico y social de su portafolio de negocios de acuerdo a los intereses que tengan los empresarios o sus clientes.

Se puede decir que esta estrategia permitirá a las empresas tener éxito en los negocios siempre y cuando sepan manipular en qué áreas de negocios deben participar con el fin de poder incrementar sus utilidades y así poder sacar a la empresa en adelante. Burke, E. (2006) afirma que “La estrategia corporativa son aquellas que abarcan el actuar de la empresa íntegramente, en específico pretenden indicar en qué áreas de negocios deberían participar la compañía de manera que incremente su utilidad a largo plazo” (p.45).

Cuando las empresas sepan tomar muy bien sus decisiones y tengan una ventaja competitiva podrán ganar mercado y así podrán aumentar sus ventas para poder incrementar los ingresos de los mismos.

8.2.1.2 Estrategia competitiva

Se refieren como debe competir las empresas con éxito en un mercado determinado por ende siempre las empresas deben estar innovando para que tengan así ventaja competitiva y no puedan salir del mercado sino que al contrario serian reconocidos por todos los consumidores. Grant, R. (2001) manifiesta que “La estrategia competitiva es poder que las empresa de éxito se esfuerzan por desarrollar bases para lograr una ventaja competitiva, ventaja que pueda consistir en un liderazgo en costos o diferenciación” (p.33). Es importante que las empresas utilicen este tipo de estrategia ya que le permitirá tener mayor ventaja y a su vez también puede lograr aumentar sus ingresos y sus ventas por esta razón siempre deben contar con estrategias con el fin de poder competir con sus rivales.

8.2.1.3 Estrategia operativa o funcional

Esta estrategia se encarga de la correcta función de los elementos que compone una organización tales como: recursos, procesos y talento humano, los mismos que le permitirá a la empresa crear productos o servicios de manera eficiente, logrando de esta manera ser más competitivos en el mercado. Pero tratando de ajustarse a las necesidades que tiene la empresa y con la capacidad de recursos con los que cuenta la misma. Cuervo Garcia (2003) “se ocupa de los distintos componentes de la organización, en términos de recursos, procesos, personas y sus habilidades, hacen efectiva la estrategia corporativa. La función es crear productos y servicios con los que la empresa pueda competir en el mercado” (p.39). Esto se refiere que mediante estas estrategias operativas una empresa puede administrar bien su negocio porque le permitirá ser más competitivo dentro del mercado y a su vez le ayudará a ser innovador con sus productos o servicios.

8.3 Promoción

La promoción es el conjunto de actividades que se realizan para comunicar apropiadamente un mensaje a su público objetivo, con la finalidad de lograr un cambio en sus conocimientos, creencias o sentimientos, a favor de la empresa u organización. Thompson (2010) afirma que “es un sentido general, la promoción es una herramienta

táctica-controlable de la mezcla o mix de mercadotecnia (4 p's) que combinada con las otros tres herramientas (producto, plaza y precio) genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan” (pag.43). Esto nos quiere decir a su vez que está dirigida a las comunidades o grupos menos desarrollados, apoyándolos en la identificación y formalización de sus demandas. Hace uso de mecanismos directos y puntuales como los talleres, reuniones y charlas, auxiliados con medios didácticos y audiovisuales, seleccionados de acuerdo con las características de la población.

Al relacionar la promoción con el turismo diríamos que es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. Philip (2005) menciona que “la promoción y la publicidad son parte integral de los sistemas social y económico. En las complejas sociedades modernas, la publicidad ha evolucionado hasta convertirse en un sistema de comunicación vital para los consumidores y empresas” (p.47). Esto quiere decir que vienen a comprender todas las herramientas de Marketing para poder tener una buena comunicación con las personas o grupos de empresas, para llevar a cabo los propósitos que se tiene en una organización, por tal razón es necesario la mezcla de la publicidad y la promoción porque nos ayuda a incrementar el número de nuestros clientes y a su vez nos permite llamar la atención de nuestros cliente potenciales.

8.3.1 Importancia de la promoción

Para la mayor parte de las compañías o organizaciones es esencial realizar sus promociones porque mediante esto dan a conocer de sus productos o servicios nuevos que estan a la disposicion del consumidor con el fin de dar a conocer de las características que tiene el mismo y que este nuevo producto o servicio esta a un precio accesible. Thompson (2010) “La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto” (34). En si es que de esta manera el propósito básico de la promoción es que le permite facilitar el movimiento de los productos o servicios a través de la red de marketing con el fin de poder dar a conocer la información relacionada con el nuevo producto o servicio solo así la empresa no tendría problemas con sus clientes.

8.3.2 Publicidad de la promoción

La Promoción debe ir acompañada de una publicidad adecuada para darla a conocer, lo cual es necesario todas las características de novedad, brevedad, y oportunidad. Debe realizarse como un lanzamiento de productos, ya que el factor rapidez y sorpresa es determinante del éxito. La publicidad debe concentrarse por tanto en la presentación y después realizar una acción de mantenimiento para mantener la atención en todo lo posible. Debe finalizarse más o menos acabe la promoción, aunque eso dependa de su naturaleza. Stanton, Etzel, & Walker, (2007) mencionan que:

"Es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet"(p.102)

La publicidad debe dirigirse a informar de la promoción, pero debe mantenerse parte de los elementos de prestigio y motivación que determinan la conducta a largo plazo, para evitar una brusca caída de la demanda con la promoción, ya que lo que se compra es la oferta especial, no el producto. Debe evitarse a toda costa una reducción de la imagen del producto y marca turística para esto también se utiliza los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio, prensa y no tradicionales como es el internet y todas las redes sociales que existen hoy en día. Solo así tendrán éxito todas las empresas u organización que quieran incrementar sus ventas o a su vez en el caso de un lugar turístico estos pueden incrementar el número de turistas a estos sitios que no hay sido muy conocidos y visitados por los mismos.

8.4 Turismo

El turismo es un sitio que puede ser visitado por todos ya que vienen hacer cualquier lugar turístico en donde puede disfrutarlo de la naturaleza, del paisaje que tienen, la comida y el ambiente, es muy llamativo estos lugares porque lo puede ir a disfrutar en vacaciones o en días feriados lo cual lo puede hacer con toda la familia, por ende el turismo que tiene el país debe ser ofertado para que pueda ser reconocido en todo el mundo y puedan visitarlo con el propósito de poder incrementar la economía. Ramírez (2006), manifiesta:

“El turismo crece, y se requiere canalizarlo, mantener su imagen positiva, venderlo, distribuirlo, así como ser competitivo y satisfacer las necesidades de descanso y recreo de los individuos” (p. 52). En este tipo de sector turístico existen muchos subsectores de la cual lo puede visitar y a la vez esto ayuda al fortalecimiento del turismo brindándoles un servicio con el propósito de poder cubrir con las necesidades que tienen los clientes y a la vez es el beneficio para los dos y para que pueda cumplir con el objetivo planteado.

Para muchas personas el turismo es una acción de viajar por placer, o a su vez para poder realizar actividades durante sus viajes y estancias en diferentes lugares que no sea el de su residencia, con el fin de poder distraerse y poder disfrutar de la naturaleza que existe en los distintos sitios turísticos que tiene el mundo. Huayon (2000), define al turismo como “estancia durante una o mas noches fuera del hogar para pasar vacaciones, visitar amigos y pariente, asistir a conferencias de negocios o para cualquier otro propósito, con excepción del alojamiento con fines de estudio o empleo ocasional” (p.74). Gracias a la existencia de estos lugares turísticos las personas se van a relajar o a su vez de vacaciones con el propósito de poder disfrutar de todo lo que existe alrededor con el fin de poder pasar con la familia reunida, también lo hacen por tener algún recuerdo de estos, por ende es importante que se realicen mantenimientos y mejoras en algunos lugares para que así puedan tener más potencial de turistas.

8.4.1 Atractivo turístico

Es un conjunto donde existen bienes y servicios que unidos forman un lugar atractivo con el fin de poder lograr llamar la atención del cliente para que el mismo sea admirado y visitado, a la vez mediante todo los lugares turísticos que existen los clientes pueden estar satisfechos con el servicio que se ofrece y también puedan recomendarlo solo así se podrá ganar clientes potenciales para ganar nuevos mercados, y poder llamar la atención desde las redes sociales haciendo publicidad del sector para que lo puedan visitar. Ramírez (2006) menciona “Conjunto de bienes y servicios con un perfil específico que contribuye a la satisfacción de los requerimientos del turismo” (p.52). Estos sitios turísticos tienen características específicas que hacen que los turistas se sientan satisfechos al conocer lugares distintos las mismas cubren con sus deseos.

8.4.2 Rutas turísticas

Las rutas turísticas se refieren a los caminos que existen para que los turistas puedan conocer todo el sitio turístico y así puedan admirar de los hermosos lugares que tienen, a su vez también gracias a la existencia de estas rutas turísticas se puede admirar de todo lo que hay alrededor por ende los viajeros se sienten satisfechos y a gusto en cualquier lugar que visiten. Goodall & Ashwort (2005), define como “las rutas o caminos trazados para que turistas o viajeros puedan conocer y visitar diferentes atractivos turísticos. Existen dos tipos de rutas turísticas: circulares y lineales.”(p.50). También gracias a la existencia de estas rutas los viajeros pueden escoger la ruta más adecuada para poder llegar a cualquier sitio turístico con la finalidad de que puedan ir haciendo paradas en los puntos de interés y así puedan ir conociendo nuevos sitios o a su vez también porque van a ver algo diferente que tengan en este lugar turístico.

9. VALIDACION DE LAS PREGUNTAS CIENTIFICAS O HIPOTESIS:

9.1 Afirmativa

La aplicación de las estrategias de marketing incide directamente en la promoción del sector turístico.

9.2 Nula

La aplicación de las estrategias de marketing no incide en la promoción del sector turístico.

10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

10.1 Tipos de investigación

10.1.1 Descriptiva:

Describe las características de los fenómenos de estudio mediante la observación del comportamiento del mismo, permitiendo de esta manera recoger información necesaria y relevante sin influir sobre ella.

10.2 Método

10.2.1 Inductivo:

Parte del tema general y se fundamenta en observaciones y eventos reales los mismos que permitirán llegar a una conclusión en general de un fenómeno de estudio, este proceso se desarrolla mediante la recolección de datos y se concluye con la determinación de una teoría en la cual beneficie e involucre a todos los sucesos estudiados durante toda la investigación.

10.3 Fuentes de información

Es importante conocer y seleccionar las fuentes de información, porque nos permite realizar una adecuada investigación.

Las fuentes de información que utilizaremos para nuestra investigación es:

10.3.1 Fuentes primarias:

El GAD parroquial Mulaló, donde nos facilitaron con información necesaria para conocer acerca de las necesidades que tiene en cuanto al turismo de la Parroquia Mulaló,

Municipio de Latacunga (El Departamento de Turismo) quien nos facilitó con el inventario turístico el cual era fundamental y necesario para realizar la investigación.

10.3.2 Fuentes secundarias:

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, donde pudimos obtener la base de la población económicamente activa para conocer nuestra población a estudiar en la investigación.

10.4 Enfoques

10.4.1 Cuantitativos:

Estudia las relaciones que existen entre las variables del problema asignado valores numéricos, porque se basa en la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación con base a la medición y el análisis estadístico los mismos que proporcionarán con claridad la incidencia entre las variables del problema.

10.4.2 Cualitativos:

Describe las cualidades de un fenómeno, porque se basa en principios teóricos, empleando métodos de recolección de datos, los cuales son muy importantes para la investigación, con el propósito de describir la realidad interpretando los fenómenos de acuerdo al problema que se encontró.

10.5 Técnicas

10.5.1 Encuesta

Es una técnica de recopilación de datos, mediante la aplicación de un cuestionario en donde se puede apreciar la opinión de un determinado grupo de personas determinados a través de la aplicación de la fórmula de la muestra.

La encuesta elaborada va dirigida a la ciudad de Latacunga, para conocer los gustos y preferencia al momento de seleccionar un lugar turístico para visitarlos.

10.5.2 Entrevista

Es el dialogo entre dos personas cuyo objetivo es recopilar información necesaria que de otro modo sería muy difícil conseguir para el desarrollo de la investigación.

La entrevista que se realizó a la autoridad de la Parroquia Mulaló, para conocer si utiliza algún tipo de estrategia para promocionar los lugares turísticos de la misma.

10.5.3 Observación

Consiste en observar a personas fenómenos, hechos, acciones que permita obtener una determinada información que ayude al desarrollo de la investigación.

La cual se realizó a los pobladores de la parroquia de Mulaló para conocer si sabía de la existencia de todos los lugares turísticos y si saben de alguna estrategia que se haya utilizado para atraer a los turistas.

10.6 Metodología del proyecto

Para diseñar estrategias de marketing se siguieron los siguientes pasos:

1. Determinar el segmento o área de estudio.
2. Diseño y aplicación de la entrevista dirigida al presidente de la Junta Parroquial.
3. Diseño y aplicación de la encuesta dirigida para los clientes potenciales.
4. Análisis de la información obtenida luego de la aplicación de la encuesta.
5. Desarrollar el diagnóstico situacional y matriz FODA
6. Realizar las matrices EFI y EFE.
7. Realizar la matriz cruzada
8. Definir las estrategias de marketing para la promoción

11. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS:

11.1 Segmentación de mercado

Cuadro 2: Segmentación de mercado

Aspectos Geográficos		Aspectos Demográficos	
Región:	Sierra	Género:	Femenino /
Provincia:	Cotopaxi		Masculino
Ciudad:	Latacunga	Edad:	15 hasta los 54
Tipo de población:	PEA	Ocupación:	Estudiantes,
Población:	107.413 habitantes		Profesionales
Tipo de clima:	Templado-frío	Clase Social:	Media-Alta
Idioma:	Español	Nivel de Ingresos:	Sueldo básico
		Estado civil:	Solteros, casados, unión libre, etc.
Aspectos de Comportamiento		Aspectos Psicográficos	
Actitud hacia el servicio: Consumo frecuente		Estilo de vida: Interés por viajar y conocer nuevos lugares	
Beneficios deseados: Aumento de la autoestima de hombre y mujeres al visitar lugares atractivos.			

Fuente: Investigación

Elaborado por: Equipo de investigadores

11.2 Tamaño de la muestra

Para poder obtener la muestra realizamos el respectivo cálculo la cual se tomó la población que hay en la ciudad de Latacunga, las mismas son de 107.413 habitantes. (PEA), que podrán ser nuestros turistas potenciales.

Fórmula de la muestra

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$

Donde:

n: El tamaño de la muestra (382) habitantes

N: Es el total de la población (107413) habitantes

Z: El nivel de confianza, se requerirá un 95% de confianza así que se utilizara su equivalente que será de (1.96)

p: Probabilidad de éxito o proporción esperada, la cual representara el (0.50), obtenido de la pregunta filtro en la prueba piloto

q: Probabilidad de fracaso, como en el presente ejercicio se espera el (0.50), obtenido de la pregunta filtro en la prueba piloto

e: Error máximo de estimación para el cual se tomara el 5% o que corresponde al (0,05)

Desarrollo:

$$n = \frac{1.96^2 * (0.50 * 0.50)107.413}{1.96^2 * (0.50 * 0.50) + 107.413(0.05^2)}$$

$$n = \frac{3.84(0.25) * 107.413}{3.84 * (0.25) + 107.413(0.0025)}$$

$$n = \frac{0.96 * 107.413}{0.96 + 268,53}$$

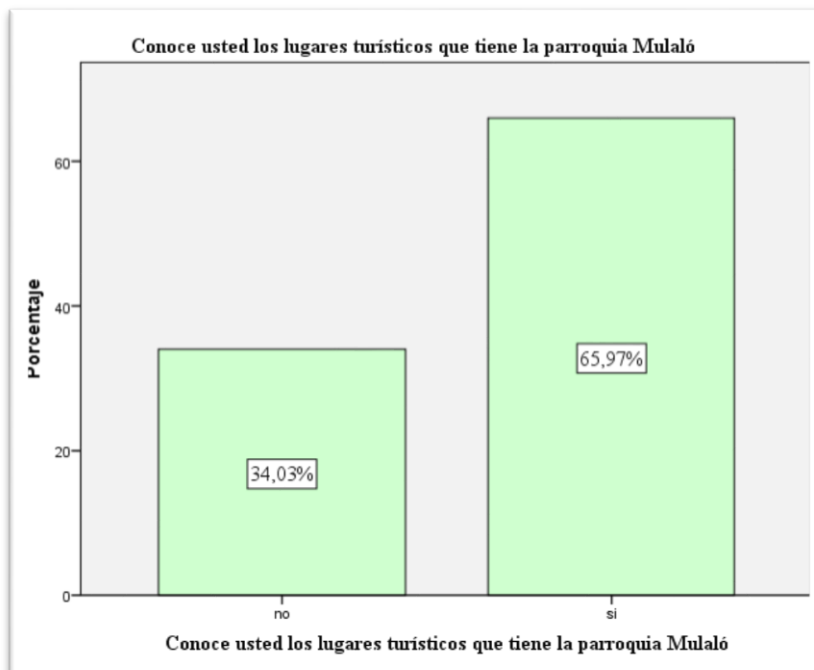
$$n = \frac{103.116,48}{269,49}$$

$$n = 382 \text{ Habitantes}$$

11.3 Resultados

1.- ¿Conoce usted los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló?

Figura 3: Conoce los lugares turísticos



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

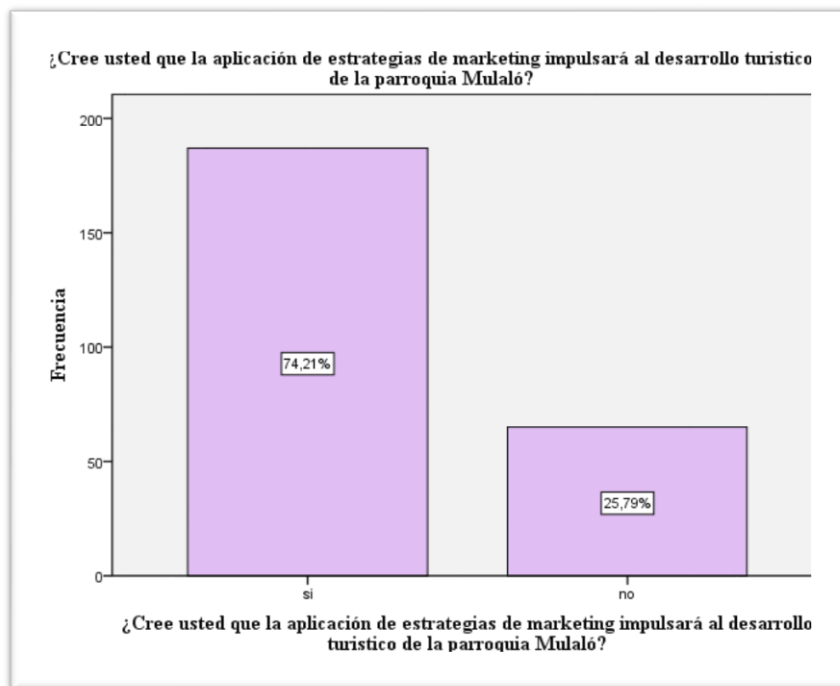
Del 100% de los encuestados el 65,3% responden que si conocen los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló mientras que el 33,7% no conoce del mismo.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica que la mayor parte de la población de la ciudad de Latacunga conoce de la existencia de los lugares turísticos de la parroquia Mulaló siendo esto una oportunidad para reactivar los sitios turísticos con el que cuenta.

2.- ¿Cree que la aplicación de estrategias de marketing impulsarán al desarrollo turístico de la parroquia Mulaló?

Figura 4: Las estrategias de marketing impulsarán al desarrollo turístico



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

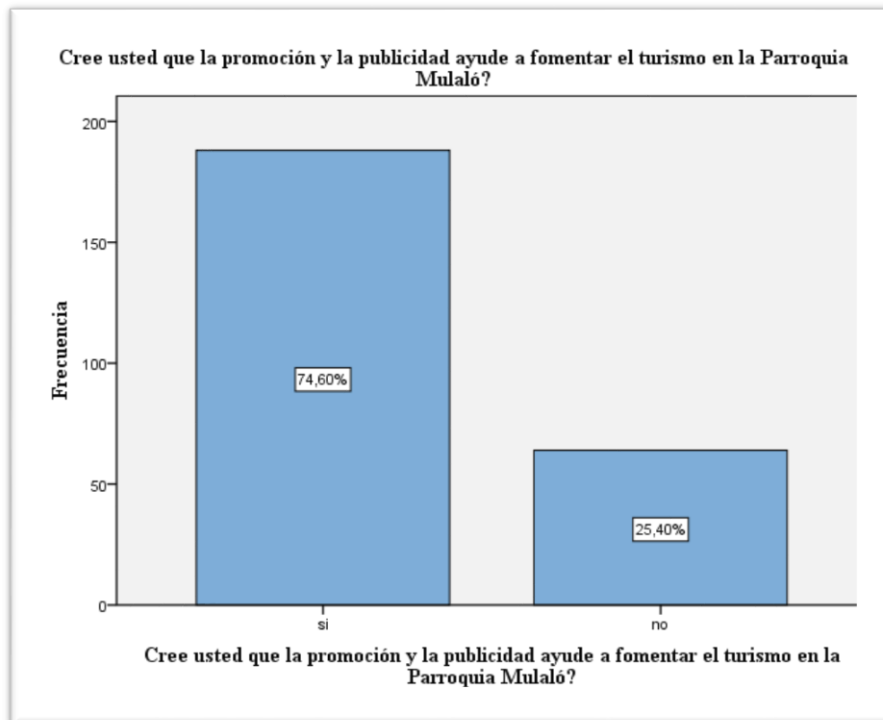
Del 100% de las personas encuestadas que respondieron que si conoce los lugares turísticos de la parroquia Mulaló el 74% responden que las estrategias de marketing si impulsarán al desarrollo turístico de la parroquia Mulaló mientras que el 25% no creen que impulsarán al desarrollo turístico.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica que la gran parte de las personas encuestadas si creen que las estrategias de marketing impulsarán al desarrollo turístico, lo cual esto representa un oportunidad para elaborar estrategias de innovación que ayudarán para promocionar estos lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló.

3.- ¿Cree usted que la promoción y la publicidad ayude a fomentar el turismo en la parroquia Mulaló?

Figura 5: La promoción y publicidad fomentan el turismo



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

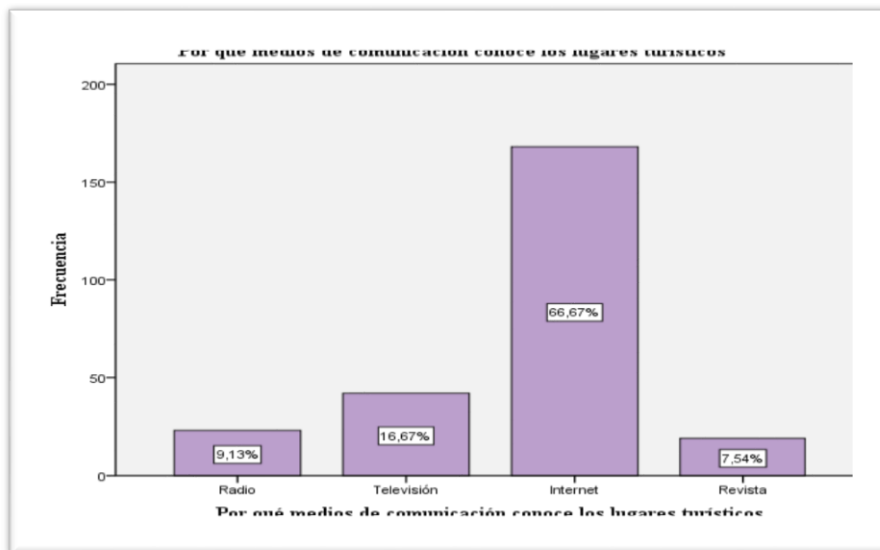
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló el 74% responden que mediante la promoción y la publicidad si ayudará a fomentar el turismo, mientras que el 25% no considera que la promoción y la publicidad fomenten el turismo.

Interpretación

La gráfica anterior muestra que la mayor parte de los encuestados considera que la promoción y la publicidad es un factor importante para poder fomentar el turismo, siendo esto una oportunidad para diseñar estrategias de marketing que permita promocionar el turismo.

4.- ¿Por qué medios de comunicación conoce los lugares turísticos?

Figura 6: Medios de comunicación



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

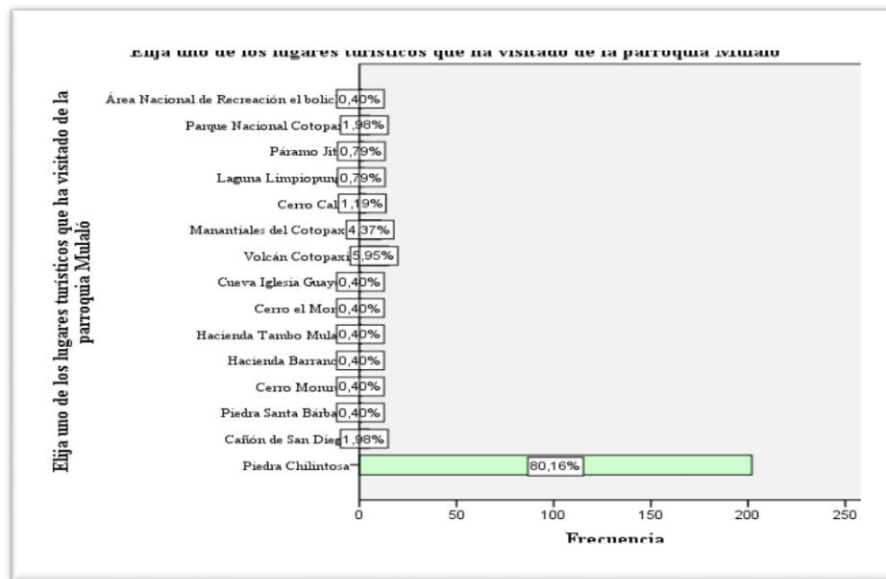
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló el 66% de las personas conocen de estos sitios turísticos a través del internet mientras que el 7% lo hacen a través de las revistas.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica que la mayor parte de los encuestados conocen de los lugares turísticos a través del internet, siendo esto un medio de comunicación muy importante en la actualidad, a la vez esto representa una oportunidad porque la tecnología sigue avanzando y a través de ella se puede crear nuevas formas de promoción y publicidad.

5.- ¿Elija uno de los lugares turísticos que ha visitado de la parroquia Mulaló?

Figura 7: Lugares turísticos que ha visitado



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

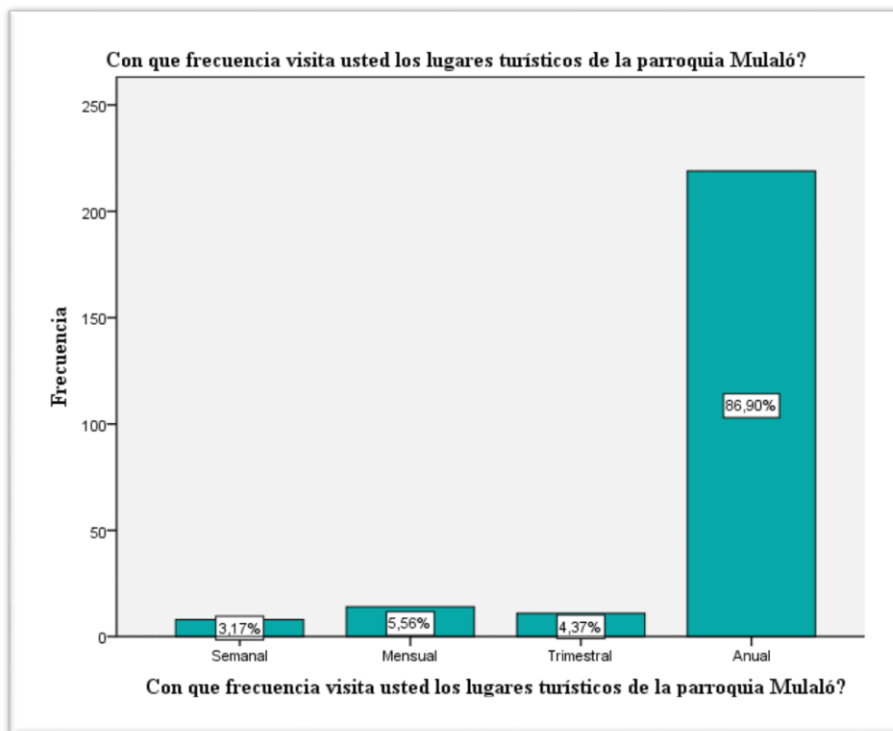
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló el 80% de las personas conoce solo la Piedra Chilintosa mientras que el 0.40% conoce el Área Nacional de Recreación el Boliche, Cueva Iglesia Guayco, Cerro Morro, Hacienda Tambo Mulaló, Hacienda Barrancas, Cerro Moruro y la Piedra Santa Bárbara.

Interpretación

En la gráfica se puede observar que la mayor parte de las personas conocen solo un lugar turístico que posee la parroquia Mulaló, siendo esto una debilidad para la misma porque no se da a conocer los demás sitios turísticos.

6.- ¿Con que frecuencia visita usted los lugares turísticos de la parroquia Mulaló?

Figura 8: Con qué frecuencia visita los lugares turísticos



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

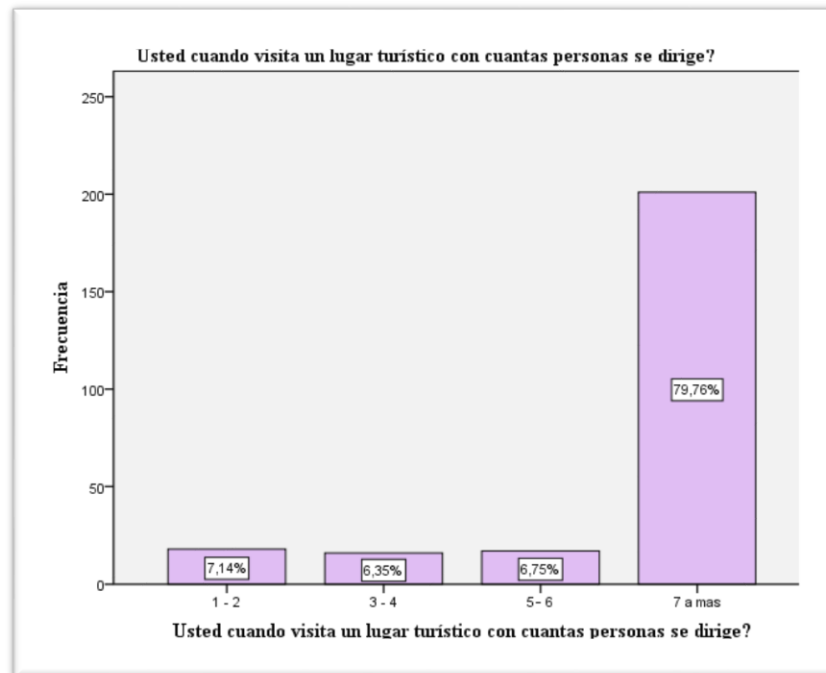
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, el 86% de las personas visitan un lugar turístico anualmente mientras que el 3% de las personas lo hacen semanalmente.

Interpretación

En la gráfica se observa que la mayor parte de los encuestados visitan un lugar turístico anualmente, lo cual esto representa una debilidad por que no existiría una visita frecuente a los lugares turísticos.

7.- ¿Usted cuando visita un lugar turístico con cuantas personas se dirige?

Figura 9: Con cuantas personas visita un lugar turístico



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

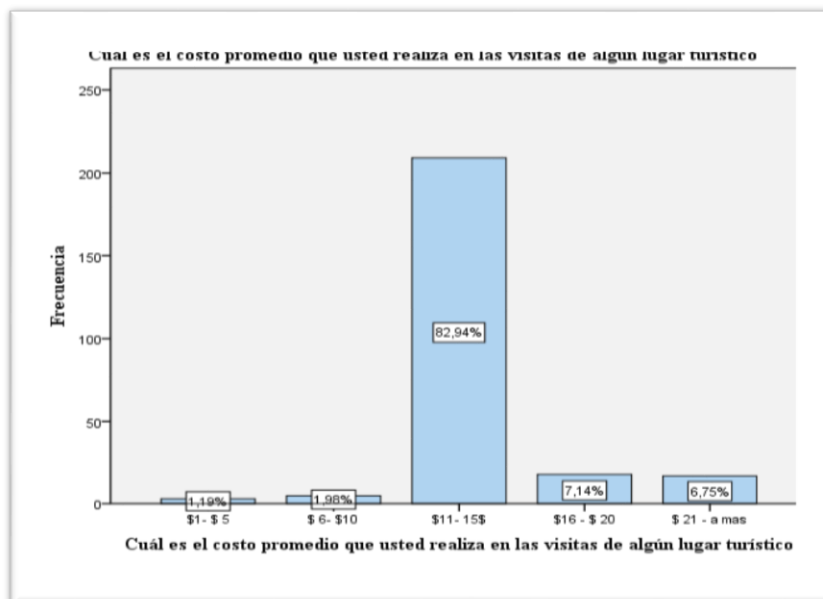
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conoce los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, el 79% visitan un lugar turístico con más de 7 personas, mientras que el 6% lo hacen con 3 a 6 personas.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica anterior que cuando los encuestado visitan un lugar turístico lo hacen acompañado con más de 7 personas, lo que representa una oportunidad porque ayudaría al desarrollo socioeconómico de la parroquia.

8.- ¿Cuál es el costo promedio que usted realiza en las visitas de algún lugar turístico?

Figura 10: Costo promedio que realiza



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

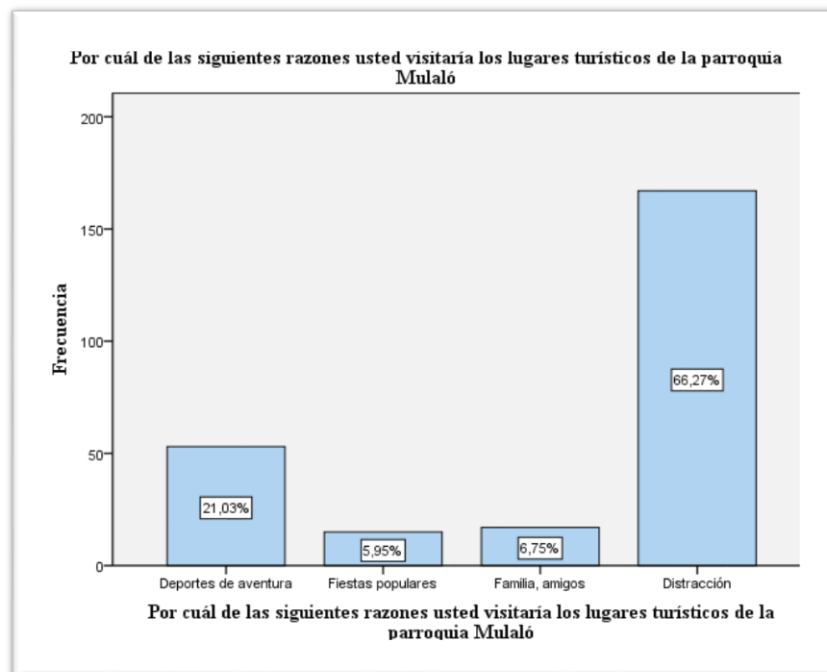
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, el 82% de las personas realizan un costo promedio de 11 a 15 dólares cuando realiza una visita turística, mientras que el 1% realiza un costo promedio de 1 a 10 dólares cuando va a un lugar turístico.

Interpretación

En la gráfica anterior se puede observar que el costo promedio que realizan al visitar un lugar turístico es de 11-15 dólares, siendo esto una debilidad pues los turistas conocen que en dicho sector no hay ventas de alimento o venta de recuerdos para que puedan consumir, pues al no existir estos lugares se recomienda implementar y de esta manera poder generar fuentes de empleo.

9.- ¿Por cuál de las siguientes razones usted visitaría los lugares turísticos de la parroquia Mulaló?

Figura 11: Las razones que visita un lugar turístico



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

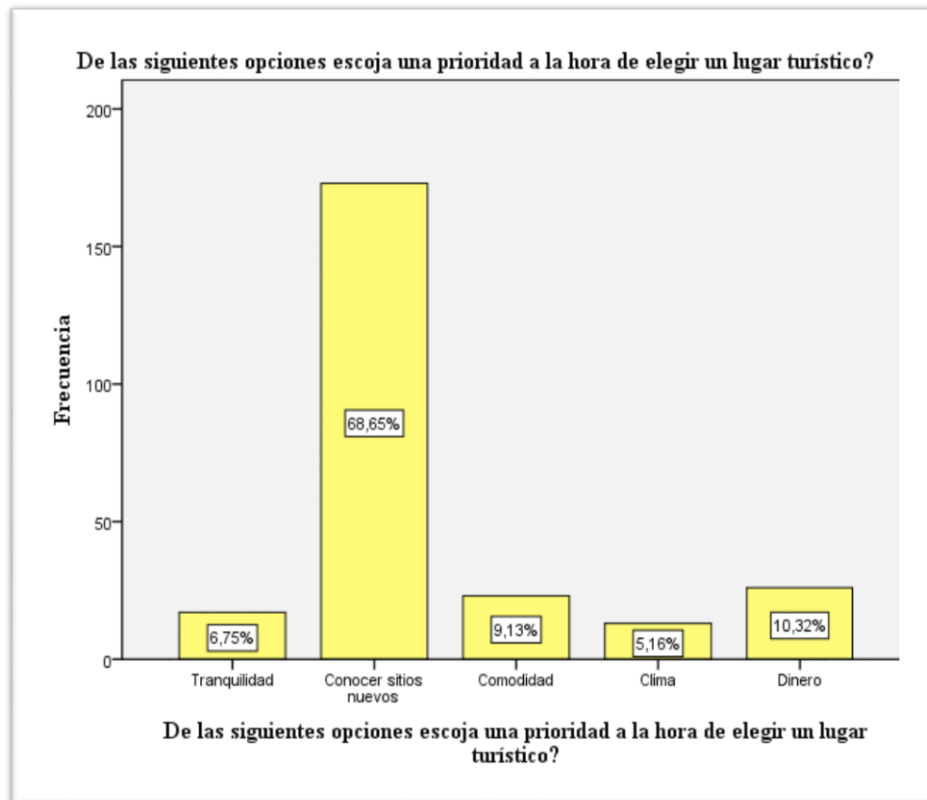
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, el 66% visitan lugares turísticos para poder distraerse en cambio el 5% de las personas visitan un lugar turístico por las fiestas populares.

Interpretación

En la siguiente gráfica se puede observar que la mayor parte de los encuestados visitan un lugar turístico por distracción siendo esto una oportunidad porque así aprovecharíamos los lugares turísticos que no han sido explotados, y por otro lado esto representaría una debilidad para la promoción de estos lugares por la falta de señalética.

10.- ¿De las siguientes opciones escoja una prioridad a la hora de elegir un lugar turístico?

Figura 12: Prioridad a la hora de elegir un lugar turístico



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

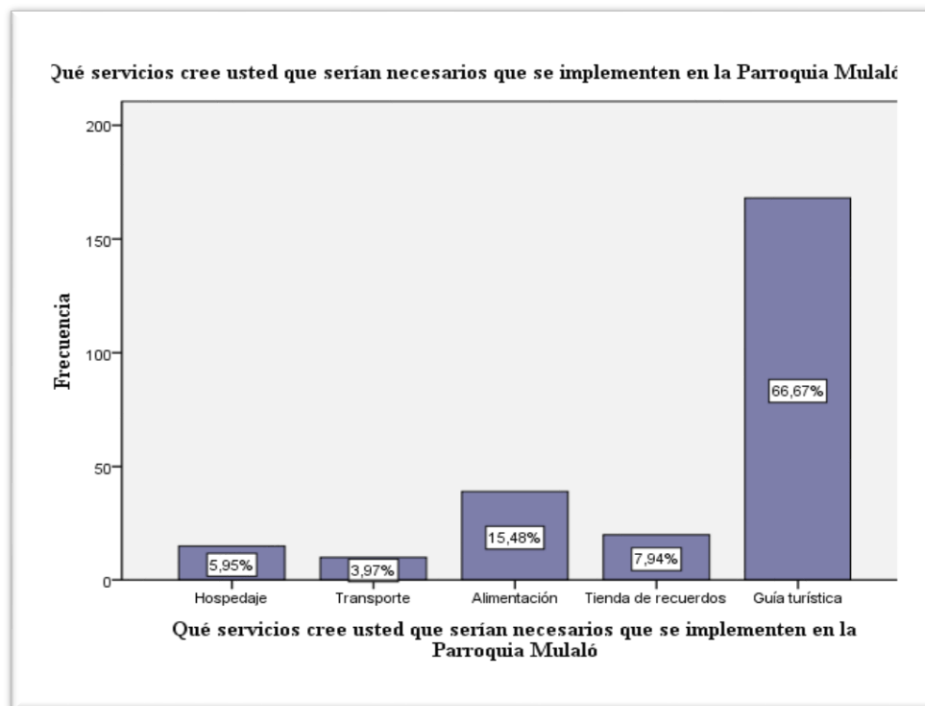
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, el 68% de la personas a la hora de elegir un lugar turístico lo hace por conocer sitios nuevos, mientras que solo el 5% lo hace por el clima.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica que las personas eligen un lugar turístico por conocer sitios nuevos, siendo de esta manera una oportunidad, pues al no conocer todos los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló se podría promocionar para que lo visiten.

11.- ¿Qué servicios cree usted que serían necesarios que se implementen en la parroquia Mulaló?

Figura 13: Servicios que se implementen



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

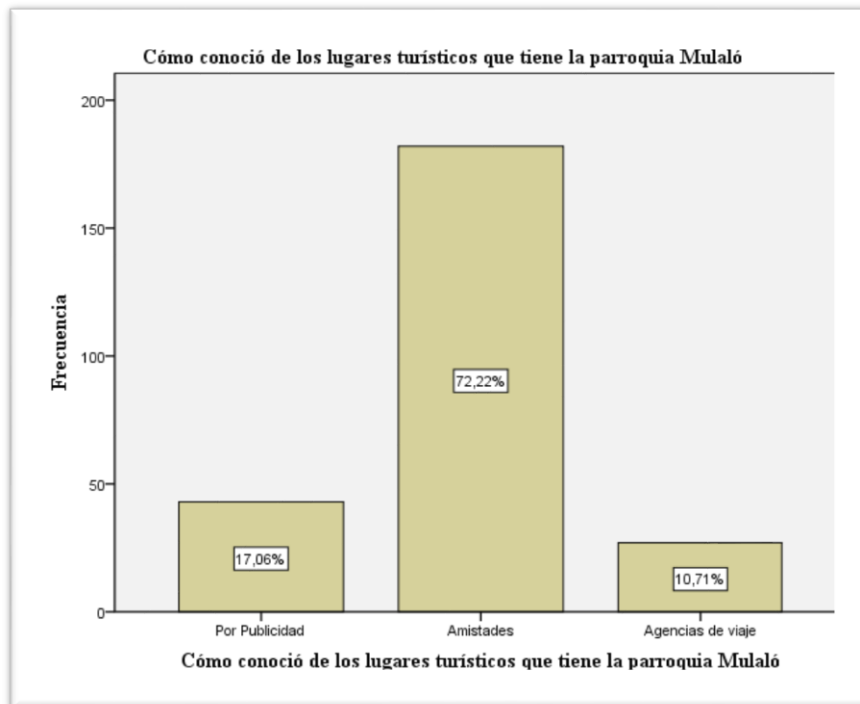
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, el 66% consideran que se debe implementar un guía turístico mientras que solo el 3% considera que se debe implementar transporte.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica que la mayor parte de las personas manifiestan que se debería implementar un guía turístico, permitiendo de esta manera que se genere una oportunidad para crear una fuente de empleo para los pobladores de la parroquia Mulaló.

12.- ¿Cómo conoció de los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló?

Figura 14: Como conoció los lugares turísticos



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

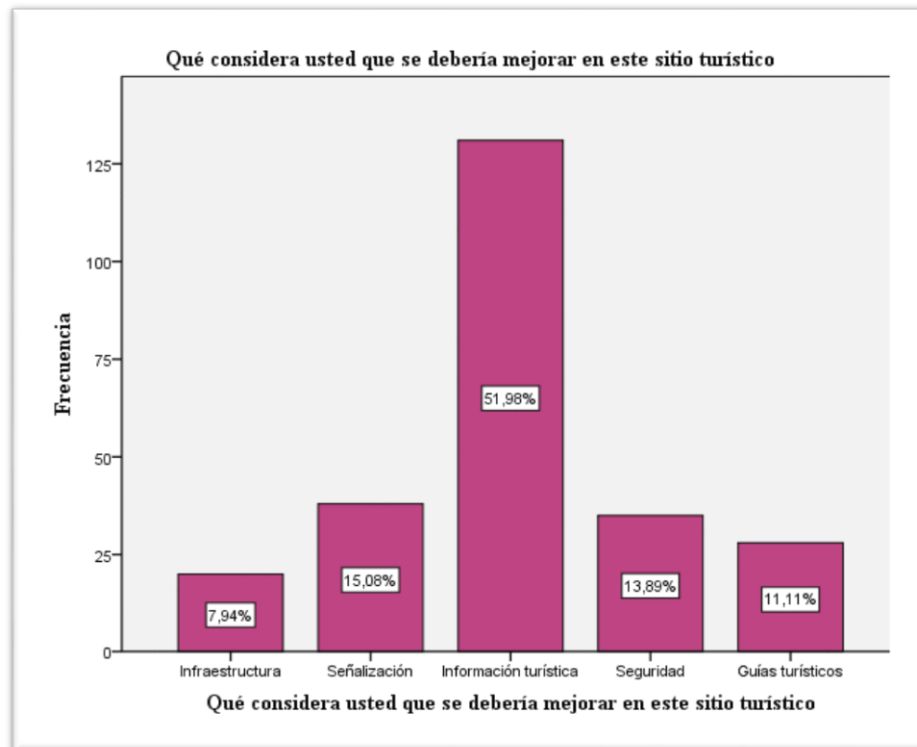
Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló el 72% conoce de los lugares turísticos por amistades mientras que el 10% lo hacen por agencia de viajes.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica que la mayor parte de las personas conocen los lugares turísticos mediante sus amistades siendo esto una debilidad, pues se considera que la parroquia Mulaló no está realizando una adecuada publicidad y promoción de sus lugares turísticos.

13.- ¿Qué considera usted que se debería mejorar en este sitio turístico?

Figura 15: Mejorar en el sitio turístico



Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Del 100% de los encuestados que respondieron que si conocen los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, el 51% considera que hay que mejorar información turística mientras que el 7% considera que hay que mejorar la Infraestructura.

Interpretación

Se puede observar en la gráfica que la mayor parte de los encuestados recomiendan que se debería mejorar la información turística, pues al no tener una información adecuada de los lugares turísticos, no se podrá explotar al máximo los mismos.

11.4 Verificación de hipótesis

Para comprobar esta hipótesis se utilizará la prueba de Chi-cuadrado que permite determinar si el conjunto de frecuencias observadas se ajusta a un conjunto de frecuencias esperadas o teóricas.

Preguntas para la comprobación de la hipótesis

Sobre la base de la información obtenida en las encuestas, para demostrar la hipótesis, en concordancia con la variable dependiente e independiente se seleccionaron las preguntas número 2 y 3.

VD= Estrategias de marketing

VI= Promoción turística

Pregunta 2.- ¿Cree que la aplicación de estrategias de marketing impulsará al desarrollo turístico de la parroquia Mulaló?

Pregunta 3.- ¿Cree usted que la promoción y la publicidad ayude a fomentar el turismo en la parroquia Mulaló?

11.5 Cálculo del chi cuadrado

¿Cree que la aplicación de estrategias de marketing impulsará al desarrollo turístico de la parroquia Mulaló? ¿Cree usted que la promoción y la publicidad ayude a fomentar el turismo en la parroquia Mulaló?

Tabla 3: Tabulación de las preguntas para el chi- cuadrado

		Cree usted que la promoción y la publicidad ayude a fomentar el turismo en la parroquia Mulaló		Total	
		si	no		
Cree que la aplicación de estrategias de marketing impulsarán al desarrollo turístico de la parroquia Mulaló	si	Recuento	87	108	195
		Recuento esperado	73,0	122,0	195,0
		% del total	22,8%	28,3%	51,0%
	no	Recuento	56	131	187
		Recuento esperado	70,0	117,0	187,0
		% del total	14,7%	34,3%	49,0%
Total		Recuento	143	239	382
		Recuento esperado	143,0	239,0	382,0
		% del total	37,4%	62,6%	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Tabla 4: Prueba del chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,770 ^a	1	,003		
Corrección de continuidad	8,155	1	,004		
Razón de verosimilitud	8,823	1	,003		
Prueba exacta de Fisher				,003	,002
Asociación lineal por lineal	8,747	1	,003		
N de casos válidos	382				

Fuente: Encuesta aplicada.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis del chi-cuadrado

De acuerdo a la prueba de hipótesis que se realizó los resultados que nos indica en la tabla es que el valor de significación asintótica es de 0,003 lo que nos quiere decir que es menor a 0,05, la misma que nos indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que es la aplicación de las estrategias de marketing incide directamente en la promoción del sector turístico.

11.6 Diagnóstico situacional

11.6.1 Caracterización de la parroquia Mulaló San Francisco de Mulaló.

El pueblo mulalense viene manifestando su cultura a través de los años, en las formas de trabajo ancestrales que las viene realizando hasta el actual momento tales como: mingas, trabajos de siembra que lo hacen en conjunto en su mayoría.

La vestimenta de sus antepasados consistía en:

Las mujeres: faldas de tela de color en forma de anaco hasta las rodillas lo combinaban con un saco de hilo, blusa blanca, chalinas con los que se cubrían del frío y también usaban un sombrero de lana prensada por lo general usaban de color negro.

Los hombres: usaban pantalones de tela, sacos de hilo, camisas blancas, ponchos de lana y también utilizaban un sombrero de lana prensada.

Sus fiestas las celebran en honor a San Francisco de Mulaló que es su Patrono, fecha de fundación que es el 04 de octubre de 1534, es una de las parroquias más antiguas de Cantón Latacunga.

11.6.2 Biodiversidad:

11.6.2.1 Flora

La variedad de fauna que existe en la parroquia Mulaló es muy diversa pero con el pasar del tiempo ha ido desapareciendo debido a la tala de bosques y al incremento de la población pues los mismos han desaparecido parte de la fauna para sembrar hierba para los animales.

Pero hay algunas plantas que siguen subsistiendo a pesar de este tipo de dificultades estas plantas son: paja, sigse, trinitaria, laurel, pujin, tifo, pumamaqui, flor de lizo, chuquiragua, la oreja de venado, mortiño, shanshi, tagshi, mullito, achupalla, palo blanco entre otros.

11.6.2.2 Fauna

En esta zona existe un gran variedad de fauna, lastimosamente con el desarrollo de la sociedad y la caza ilegal de los animales algunas especies están en peligro de extinción, tales como: lobo de paramo, cóndor andino, zorrillo.

Pero a pesar de esto se puede encontrar en las zonas de los páramos variedad de animales como: conejo de paramo, lobos de paramo, zorro de paramo, raposas, venados, lagartijas, toros, caballos salvajes, zorrillos ; la avifauna entre ellos están: curiquingues, garzas, patos salvajes, guarros o águilas, licles o guigles, wiragchuros, quilicos, colibríes, tórtolas, perdiz, halcón, cóndor, entre otros.

11.6.2.3 Nomenclatura del diagnóstico interno

Cuadro 3: Nomenclatura del diagnóstico Interno

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
VALORACIONES	
GF	Gran Fortaleza
F	Fortaleza
GD	Gran Debilidad
D	Debilidad
CODIFICACIÓN	
B.	Biodiversidad

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.2.4 Matriz de la biodiversidad

Cuadro 4: Matriz de la biodiversidad

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GF	F	GD	D
B. 01	Flora	Mejorar la belleza turística	La flora permite a los lugares turísticos mejorar la belleza turística.	X			
B. 02	Fauna	Crear áreas protegidas	La fauna ayuda a crear áreas protegidas por la variedad de fauna.	X			

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

La biodiversidad es un factor muy importante para la parroquia Mulaló, pues sus lugares turísticos cuentan con una gran variedad de flora y fauna la misma que es una gran oportunidad, debido a que esto hace que se realce su belleza natural.

11.6.3 Vialidad

La viabilidad y el acceso a la parroquia San Francisco de Mulaló son asfaltados, lo que significa que se encuentra en óptimas condiciones para llegar a la misma. Pero para llegar a sus distintas comunidades y barrios existen 2 tipos de viabilidad que son de tierra y asfalto.

11.6.3.1 Matriz de la vialidad

Cuadro 5: Matriz de la vialidad

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GF	F	GD	D
V. 01	Vialidad	Obtener Accesibilidad	La obtención de accesibilidad a los lugares turísticos es importante para los turistas.		X		

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

El factor de vialidad es importante para los sectores turísticos pues permite tener acceso a los mismos y si están en buen estado ya que permite llegar de una forma más rápida y seguro a determinado lugar convirtiendo lo en una fortaleza para los sectores turísticos.

11.6.4 Servicios básicos

A pesar de las múltiples dificultades que ha presentado la parroquia, con el desarrollo de la sociedad los servicios como son: agua, luz, alcantarillado alumbrado público es con lo que ahora cuenta la parroquia.

En lo que se refiere a las comunidades y barrios que disponen de servicios básicos, en su mayoría no se encuentra en las condiciones más adecuadas para que vivan los pobladores de la parroquia.

11.6.4.1 Agua

La parroquia cuenta con el servicio de agua entubada para el consumo de sus habitantes, este servicio de agua no se encuentra en las condiciones y requerimientos que deberían tener para los habitantes de la misma, la alternativa efectiva por la que han optado los habitantes, es que el reservorio de agua donde distribuye a las distintas comunidades y barrios exista un mantenimiento mensual por las personas que trabajan en el agua potable regional los mismos están encargados de que los reservorios de agua se encuentren en condiciones adecuada para la conservación y distribución del agua.

11.6.4.2 Luz eléctrica

El servicio de luz eléctrica con el que cuenta la parroquia Mulaló se encuentra en buen estado. Pero por el contrario para los barrios y comunidades de la parroquia es distinto debido a que algunos barrios no cuentan con alumbrado público y solo cuentan con la luz eléctrica para sus hogares.

11.6.4.3 Alcantarillado

En un 40% de la población de la parroquia cuenta con alcantarillado en especial, las comunidades y barrios que se encuentran al lado sur de la parroquia cuentan con un sistema de alcantarillado, el mismo que se encuentra en condiciones aceptables el inconveniente que tiene es que se roban las tapas de los alcantarillado ocasionando un daños a los pobladores y a la vez un peligro para los mismos pues podrían caerse en los agujeros, también esto genera mal olor y esto provoca una mala imagen para la parroquia.

11.6.4.4 Transporte

Existe 2 cooperativas de transporte en buen estado y funcional los mismos que realizan los siguientes recorridos:

-La Cooperativa de buses San Francisco de Mulaló: su horario es desde las 5:00 am hasta las 20:00 pm de lunes a viernes y los sábados desde 6:00am hasta las 19:45 pm.

-La Cooperativa de camionetas Virgen de la Fuente: su horario de atención es desde las 6:00 am hasta las 20:00 pm.

Esta cooperativa no tiene ruta establecidas su atención es solo para carreras que requieran los habitantes de la parroquia Mulaló.

11.6.4.5 Matriz de servicios básicos

Cuadro 6: Matriz de servicios básicos

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GF	F	GD	D
S.B. 01	Agua	Mejorar el servicio para su consumo	Mejoramiento de tratamiento y servicio del agua para el consumo de las personas.				X
S.B. 02	Luz eléctrica	Mejorar el sistema interconectado	Mejoramiento de del sistema interconectado para los distintos lugares turísticos que lo requieran				X
S.B. 03	Alcantarillado	Implementar	Implementación de alcantarillado para una mejor higiene.				X
S.B.04	Transporte	Compromiso y responsabilidad	Comprometerse a ofrecer un servicio de transporte respetando horarios y rutas.		X		

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Como se observó en el cuadro anterior los servicios básicos con los que cuenta la parroquia es una debilidad pues los mismos no se encuentran en las condiciones óptimas para ofrecer un servicio de calidad a los turistas.

Pero la fortaleza es que existe una línea de transporte que cumplen con los horarios y la ruta establecida para los usuarios.

11.6.5 Vivienda

En la parroquia San Francisco de Mulaló la mayor parte de las viviendas son propias, los materiales que utilizan para elaborar las viviendas son: bloque en las paredes, el acero para las columnas, en su mayor porcentaje utilizan el zinc para el techo y otros cubren el techo de losa de hormigón, todo depende de la situación económica en que se encuentre la familia.

11.6.5.1 Matriz de vivienda

Cuadro 7: Matriz de vivienda

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GF	F	GD	D
V. 01	Vivienda	Mejorar la infraestructura	Mejoramiento de las viviendas para que se encuentren en buen estado.		X		

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Como se observa en el cuadro anterior el mejoramiento de las viviendas en una fortaleza pues el mismo permitirá que la imagen de la parroquia mejore, a su vez que debe aprovechar que la mayor parte de esos terrenos son propios por ende el beneficio será para los dueños a la vez viene a ser ellos mismos.

11.6.6 Mercado laboral

En el aspecto laboral en su mayoría la presencia de Florícolas es beneficioso pues las mismas generan fuentes de empleo, mientras que en el aspecto de la salud es muy perjudicial, pues ocasionan trastornos irreparables a la salud de las personas que trabajan en estas empresas, ya que están expuestos a un ambiente con muchos químicos y en su mayoría no utilizan implementos necesarios para su protección contra los químicos.

Otra alternativa de trabajo que tiene los pobladores de la parroquia es la ganadería pues en un 50% de su población se dedica al sector ganadero, derivándose de esta actividad los centros de recolección de leche. Las denominadas queserías son las que en la actualidad han generado fuentes de trabajo.

11.6.6.1 Matriz de mercado laboral

Cuadro 8: Matriz de mercado laboral

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GF	F	GD	D
M.L. 01	Mercado Laboral	Crear fuentes de empleo	Creación de fuentes de empleo para mejoramiento del aspecto socio económico de las personas.				X

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Como se observa en el cuadro anterior la creación de fuentes de empleo en la parroquia es muy necesario, debido que las misma no existe siendo esto una debilidad por que se deben crear fuentes de trabajo para un mejor estilo de vida socioeconómica para la misma.

11.6.7 Migración

La juventud es la que más migra en estos últimos años, termina la secundaria y se van a trabajar en las florícolas es así que la mayor parte de los jóvenes a los 18 años ya están trabajando en las florícolas.

Pero el problema de migración más grande que se dio es por la reactivación del volcán Cotopaxi, esto fue uno de los principales motivos por los que la mayor parte de los habitantes de la parroquia han decidido vivir en otras parroquias y hasta en otras ciudades. Esto ocasionó muchos inconvenientes en el aspecto socio económico pues la gran mayoría de vendieron sus propiedades para trasladarse a otros lugares y esto ocasiona que aunque quieran regresar no puede pues se han quedado sin propiedades en la parroquia Mulaló.

Actualmente Mulaló, la migración a otros países ya no esta tan alto el porcentaje por la razón que en otros países no hay fuentes de trabajo y a su vez son deportados y regresado a su país de origen provocando de esta manera que exista más desempleo en el mismo.

11.6.7.1 Matriz de la migración

Cuadro 9: Matriz de la migración

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GF	F	GD	D
M. 01	Migración	Incremento de la migración por falta de empleo	Incremento de la desintegración familiar				x


Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Como se observó en el cuadro anterior el incremento de la migración es una debilidad pues la misma causa la desintegración del núcleo familiar, el mismo se produce por falta de fuentes de empleo, siendo de esta manera un obstáculo para el desarrollo socioeconómico de las familias de la parroquia de Mulaló.

11.6.8 El inventario de atractivo turístico


Cuadro 10: Piedra Chilintosa

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ “La Chilintosa” es una piedra que se destaca sobre la planicie por su gran tamaño. ✓ La piedra tiene forma irregular, de medidas aproximadas son 17 m de largo por 12 m de ancho, y 6 m de altura. ✓ En 1932 sobre una de las caras de la piedra, mirando al lado sur fue dibujada la Virgen del Rosario. ✓ la tan preciada obra fue tapada y reemplazada por una pintura de la Virgen de las Mercedes, la misma que fue realizada por el pintor Milton Alajo. ✓ Antes de la Festividad de La Virgen de La Merced en el mes de septiembre se organiza la tradicional caminata a la piedra “Chilintosa
Señalética	✓ Tiene Señalética orientativa, interpretativa, descriptiva y reguladora
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3010 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	No alterado
Restricción	Ninguna
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a la piedra Chilintosa 29km ✓ Lasso a la piedra Chilintosa 8,5km
Tipo de transporte recomendable	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bus ✓ Automóvil ✓ 4x4
Tipo de vía	Asfalto
Agua	Entubada
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 11: Piedra Santa Bárbara

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La Piedra Santa Bárbara es de formación rocosa volcánica, posiblemente es producto de la última erupción del Cotopaxi. ✓ Se encuentra ubicada en la cara sur del mismo. ✓ Lleva el nombre en honor a la Virgen Santa Bárbara. ✓ En el lugar se puede observar una urna con la imagen de la Virgen al pie de la piedra. ✓ La piedra tiene una dimensión aproximada de 6 m de alto por 4 m de anchura. ✓ Durante las festividades de la parroquia Mulaló la piedra es visitada por muchos creyentes que van en “romería”. ✓ Otro dato interesante es que está ubicada a 500 m del Cerro Morurco.
Señalética	✓ Tiene Señalética ubicación.
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	4530 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Conservado
Restricciones	Ingreso por propiedad privada
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a la piedra Santa Barbara 34km ✓ Lasso a la piedra Santa Bárbara 16km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Sendero
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 12: Hacienda Barrancas

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Está conformada por la casa hacienda, establos y caballerizas. Se estima que la construcción tiene una antigüedad de 100 años. ✓ La hacienda en los últimos años ha sido dedicada a la ganadería en un 90 %. ✓ La estructura arquitectónica de la hacienda forma una “U” construida a base de piedra, madera, bloques de cangagua, adobe y tapial. ✓ Cuenta con un patio que contiene un redondel central donde está una estatua de una yegua y un potro. ✓ Encuentra una capilla con puertas de madera y vidrio, ventanales de color verde donde permanece la imagen de la Virgen de la Dolorosa. ✓ Al lado izquierdo se ubica un parqueadero con capacidad para 3 vehículos.
Señalética	✓ Señalética, adecuación de zonas de camping
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3268 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Conservado
Restricciones	Permiso de los propietarios
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a la piedra Hacienda 30km ✓ Lasso a la piedra Hacienda 8km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	Entubada
Energía eléctrica	Sistema interconectado.
Alcantarillado	Pozo séptico.

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 13: Hacienda San Agustín de Callo

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La Hacienda San Agustín de Callo constituye un espacio rico en historia y arqueología, desde el siglo XV fue utilizada como fortaleza y palacio Inca. ✓ La casa hacienda presenta tres estilos de construcción: Inca Imperial (siglo XV), Español-Colonial (siglo XVIII) y Republicano (siglo XIX). ✓ la construcción original destacan las paredes de piedra pulida con esmero de estilo almohadilla, con hiladas que finalizan en puertas trapezoidales con un solo nivel de piedra plana en el centro del muro. ✓ Actualmente funciona la Hostería San Agustín del Callo, quienes han transformado a la arquitectura prehispánica y las han convertido en habitaciones, restaurante y una pequeña capilla con motivos litúrgicos cristianos.
Señalética	✓ Señalética, adecuación de zonas de camping
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3076 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Propiedad privada.
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a la piedra Hacienda 23km ✓ Mulaló a la piedra Hacienda 10km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	Entubada
Energía eléctrica	Sistema interconectado.
Alcantarillado	Pozo séptico.

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 14: Hacienda Tambo Mulaló

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La Hacienda Tambo Mulaló es muy antigua, con una extensión de 60 ha.; su nombre se debe a que en el lugar existía un tambo o un lugar de descanso incaico. ✓ Las construcciones son hechas con piedra, bloque, madera y teja, contando con un área de administración, maquinaria y una capilla. ✓ La hacienda cuenta con grandes áreas de pastoreo de ganado y áreas para producción agrícola. ✓ Funciona también como un criadero de ganado vacuno, en la parte frontal se encuentra las caballerizas y establos, espacios para ordeños y cuidado del ganado. ✓ Actualmente en la hacienda se realiza cada año un encuentro de aficionados del toreo, donde participan toreros a nivel internacional provenientes de Colombia, Bolivia, España, Perú, entre otros y se quedan durante un mes y medio
Señalética	✓ Permiso de la administración de la hacienda
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3076 m.s.n.m
Estado de atractivo turístico	Procesos de deterioro
Restricciones	Permiso de la administración de la empresa
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a la piedra Hacienda 21km ✓ Mulaló a la piedra Hacienda 1,5km
Tipo de transporte recomendado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Automóvil ✓ 4x4
Tipo de vía	Asfalto
Agua	Entubada
Energía eléctrica	Sistema interconectado.
Alcantarillado	Pozo séptico.

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 15: Manantiales Cotopaxi

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se encuentra formando un río de aproximadamente 4 m de ancho por 50 cm de profundidad. ✓ El agua es incolora e insípida, con una temperatura menor a los 10 °C; produce un caudal de 100 lt/s aproximadamente; forma parte del Parque Nacional Cotopaxi. ✓ El entono se encuentra rodeado de paja, almohadillas, totora, entre otras especies. ✓ El acceso se lo realiza por el control Caspi, ingresando al P.N. Cotopaxi, Laguna de Limpiopungo, y de ahí hasta los manantiales del Cotopaxi.
Señalética	✓ Señalética de orientación desde la Laguna de Limpiopungo, hasta el recurso
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3786 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Registro en las guardianías del parque
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a los Manantiales 41 km ✓ Santa Rita a los Manantiales 28 km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 16: Laguna de Limpiopungo

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La Laguna Limpiopungo es el resultado morfológico de los lahares del Volcán Cotopaxi, formada por el derretimiento de los casquetes de hielo y nieve al ponerse en contacto con flujos piroclásticos y/o lavas ✓ Es una laguna, su agua es un tanto turbia; en la parte céntrica y profunda conserva una tonalidad azul, su temperatura promedio es de 10 °C. ✓ La laguna está en peligro de desaparecer, debido a la desviación de sus fuentes hídricas de alimentación para labores de riego. ✓ Esta laguna es el hábitat de gaviotas andinas, gallaretas, el pato andino, y gligles. ✓ Entre la vegetación arbustiva se pueden observar conejos y lobos de páramo, así como el vuelo de quilicos y curianguines.
Señalética	✓ No cuenta con Señalética
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3834 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Ninguna
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a los Laguna 36 km ✓ Mulaló a los Laguna 21 km
Tipo de transporte recomendado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bus ✓ Automóvil
Tipo de vía	Asfaltado, Lastrado
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 17: Páramo de Jitío

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se encuentra a 12 km del centro Parroquial de Mulaló, localizado dentro del Parque Nacional Cotopaxi, en una planicie de páramos de pajonal. ✓ En el entorno se aprecia el 90% de pajonal y otras especies de flora como: paja, almohadilla, romerillo, chilca, árbol de papel, chuquiragua y otras especies rosáceas. ✓ Las especies de fauna se encuentran conejos, tórtolas, gorriones, halcones, venados y torcazas. ✓ Se encuentra un bosque de pino (Pinos radiata) en un área aproximada de 2 ha
Señalética	✓ Señalética desde Mulaló
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3560 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Ninguno
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga al Páramo 28 km ✓ Mulaló al Páramo 12 km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 18: Cueva Iglesia Guayco

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se trata de una falla geológica que separa dos cuerpos de arena (paredes) de aproximadamente 25 m de altura. ✓ Presumiblemente fue formado por un terremoto producto de las erupciones del Volcán Cotopaxi. ✓ Tiene una profundidad aproximada de 7 m, a la que se ingresa por una entrada de 1,50 m de altura. ✓ En el interior sus paredes son de chasqui y arena; probablemente es guarida de águilas o de alguna especie de ave de rapiña
Señalética	✓ Señalética orientativa desde el centro Parroquial de Mulaló
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3205 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Ninguno, se recomienda acompañarse de un guía
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a los Paramo 21 km ✓ Mulaló a los Paramo 5 km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Sendero
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 19: Cañón San Diego

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Este recurso también es conocido como el “Cañón del Purgatorio”. ✓ Sus imponentes paredes de más de 150 m de altura, tiene más de 3 km de longitud, pues es una de las vías principales para evacuación de lahares producto de las erupciones del Volcán Cotopaxi. ✓ En este cañón se registra un riachuelo y siete pequeñas caídas de agua, con un flujo de cinco litros por segundo. ✓ Otro nombre que tiene es “La casa del Cóndor”, debido a que en sus paredes se da lugar a la anidación de individuos de esta especie, el nido identificado se encuentra a una altura de 80 m de altura aproximadamente. ✓ En el entorno se puede apreciar una gran variedad de flora como romerillo, almohadilla chilca y plantas rosáceas
Señalética	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Señalética desde Mulaló adecuación de 300 m de sendero, barandas para avistamiento de cóndores
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3689 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Ninguno
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a los Paramo 16 km ✓ Mulaló a los Paramo 10 km
Tipo de transporte recomendado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 20: Cerro Morurco

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Cerro Morurco constituye una formación rocosa ubicada en la cara sur del Volcán Cotopaxi. ✓ Además es llamada Cabeza del Inca, por la forma que le dan sus torres o pilares rocosos. ✓ El Morurco tiene una altura de 4920 m.s.n.m. y se encuentra dentro del Parque Nacional Cotopaxi. ✓ El clima es particularmente frío por la presencia de los vientos que provienen del lado sur, formando glaciares en la montaña. ✓ Para acceder desde Mulaló hay que tomar la vía que lleva a la comunidad de Ticatilín, y ascender cruzando los arenales que se encuentran al pie de este, las condiciones climáticas muchas veces no permiten llegar a la cima. ✓ La escalada en roca desde la base hasta casi 300 m hacia arriba (sobre los 4800 m.s.n.m.) para esto es necesario el uso de equipo especial y guías de alta montaña.
Señalética	✓ Señalética orientativa
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	4575 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Ingreso por propiedad privada
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga al Cerro 33 km ✓ Mulaló al Cerro 17 km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 21: Cerro del Callo

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Cerro del Callo es una elevación con forma cónica ubicado en la parte norte del valle del Cutuchi, ✓ Tiene una extensión aproximada de 3 ha. ✓ Se encuentra cubierto de especies vegetales como eucalipto, chilca, tifo, achupallas. ✓ Albergan a especies de fauna como guarros, gorriones, quilicos y búhos. ✓ El ingreso a este recurso se da por el sector de Santa Rita (ingreso al P.N. Cotopaxi), en esta zona hay la posibilidad de realizar caminatas y tener vistas panorámicas del paisaje especialmente hacia el Volcán Cotopaxi y el Nevado los Ilinizas.
Señalética	✓ Señalética orientativa desde el ingreso al Parque Nacional Cotopaxi
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3188 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	En procesos de deterioro
Restricciones	Propiedad privada - Familia Lasso
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga al Cerro 11km ✓ Mulaló al Cerro 24km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Asfalto
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 22: Cerro del Morro

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Morro es una formación rocosa que se destaca sobre las colinas cubiertas de páramo de pajonal. ✓ Tiene una base de aproximadamente 400 m y una altura desde su base de casi 200 m. formando un solo macizo rocoso. ✓ El cerro el Morro cuenta con una zona de páramo de pajonal, con pequeñas franjas de matorrales de plantas. ✓ Es una zona productora de agua que forma ciénegas en la parte inferior las mismas que alimentan al río en la parte baja del Río Aláquez, en años anteriores la población menciona que se podía divisar el majestuoso vuelo del cóndor.
Señalética	✓ Señalética
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	4200 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricciones	Ninguno
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga al Cerro 35km ✓ Mulaló al Cerro 40 km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 23: Volcán Cotopaxi

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Volcán Cotopaxi es el más alto y activo del mundo con 5897 m.s.n.m., se sitúa en el Nudo de Tiopullo. ✓ Las lenguas de los glaciares se observan con mayor énfasis en las faldas orientales a mayor profundidad, debido a la alta precipitación y humedad atmosférica. ✓ En el período histórico se han producido ocho erupciones: primera erupción 1534, segunda erupción junio de 1742, tercera erupción 9 de diciembre 1743, cuarta erupción 30 de noviembre de 1744, quinta erupción 6 de septiembre de 1750, sexta erupción 10 de febrero de 1768, séptima erupción 4 de abril de 1768, octava erupción 26 de junio de 1877. ✓ La forma de los glaciares del Cotopaxi, así como de otras montañas del
Señalética	✓ No cuenta con señalética
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	5897 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricción	
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga al Volcán 50km ✓ Mulaló al Volcán 30km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Lastrado
Agua	No existe
Energía eléctrica	No existe
Alcantarillado	No existe

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores


Cuadro 24: Área Nacional de Recreación el Boliche

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se encuentra en una zona que corresponde al Bosque muy húmedo montano (Cañadas 1983). ✓ Está poblado por un bosque de pino y vegetación arbustiva típica como romerillo, chilca, pumamaqui, quishuar, sachachocho, mortiño, zapatitos, orejas de conejo, entre otros. ✓ Las principales especies de fauna son conejos de páramo, lobos y venados, así también aves como el curiquingue, el quilico y el guarro. ✓ Infraestructura para área de camping, picnic, zona de juegos infantiles, once cabañas de alojamiento, restaurante, un centro de interpretación ambiental de las cuatro regiones del Ecuador. ✓ Esta bajo la administración del Ministerio del Ambiente en coordinación con el Ministerio de Turismo y de la Empresa Ferrocarriles del Ecuador.
Señalética	✓ No tiene señalética
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3580 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	Deteriorado
Restricción	Normas de áreas protegidas estatales
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga a Área de Recreación Boliche 35km ✓ Mulaló a Área de Recreación Boliche 20km
Tipo de transporte recomendado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bus ✓ Automóvil ✓ 4x4
Tipo de vía	Asfalto
Agua	Entubada
Energía eléctrica	Sistema interconectado
Alcantarillado	Pozo séptico

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 25: Parque Nacional Cotopaxi

Foto	
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Latacunga
Parroquia	Mulaló
Características	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El parque está ubicado en la zona volcánica más grande del Ecuador, a 19 km del centro Parroquial de Mulaló, en la parte central se encuentra el Cotopaxi. ✓ El Parque Nacional Cotopaxi la distribución de flora y fauna está determinada por las zonas de vida que posee, estas son: Bosque muy húmedo Montano, Páramo pluvial Sub-alpino, Tundra pluvial Alpina y Nival. ✓ Pese a la gran altura el parque cuenta con numerosas especies de mamíferos y aves. ✓ Además, se encuentra el centro de Interpretación Ambiental Mariscal Sucre donde se puede apreciar una maqueta del Volcán Cotopaxi, fotografías e información sobre el cóndor. ✓ Desde el sitio se puede visitar al Volcán Cotopaxi, Laguna de Limpiopungo y observar la Avenida de los Volcanes.
Señalética	✓ No tiene señalética
Temperatura	0 a 24 °C
Altitud	3602 m.s.n.m.
Estado de atractivo turístico	En Proceso de deterioro
Restricciones	Ninguna
Distancia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Latacunga al Parque Nacional Cotopaxi 34km ✓ Mulaló al Parque Nacional Cotopaxi 19km
Tipo de transporte recomendado	✓ 4x4
Tipo de vía	Asfalto
Agua	Entubada
Energía eléctrica	Sistema inter conectado
Alcantarillado	Pozo séptico

Fuente: Municipio de Latacunga Departamento de turismo

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 26: Matriz del inventario turístico

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GF	F	GD	D
I.T. 01	Inventario	Ofrecer belleza natural	Dar a conocer los lugares turísticos que tiene la Parroquia Mulaló	X			

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Como se pudo observar en el cuadro anterior el inventario turístico con el que cuenta la parroquia Mulaló es muy amplio y diverso convirtiéndose de esta manera una gran fortaleza para la misma

11.6.8.1 Matriz de perfil interno EFI

Cuadro 27: Matriz de perfil interno EFI

Código	Factor	GF	F	GD	D	Total
	Biodiversidad					
B 01	La flora permite a los lugares turísticos mejorar la belleza turística.					1
B 02	La fauna ayuda a crear áreas protegidas por la variedad de las mismas.					1
	Vialidad					
V 01	La obtención de accesibilidad a los lugares turísticos es importante para los turistas.					1
	Servicios básicos					
S.B 01	Mejoramiento de tratamiento y servicio del agua para el consumo de las personas.					1
S.B 02	Mejoramiento del sistema interconectado para los					1

	distintos lugares turísticos que lo requieran					
S.B 03	Implementación de alcantarillado para una mejor higiene.				.	1
S.B 04	Comprometerse a ofrecer un servicio de transporte respetando horarios y rutas.					
	Vivienda					
V. 01	Mejoramiento de las viviendas para que se encuentren en buen estado.					1
	Mercado laboral					
M.L 01	Creación de fuentes de empleo para mejoramiento del aspecto socio económico de las personas.				.	1
	Migración					
M. 01	Incremento de la desintegración familiar					
	Inventario turístico					1
I.T.01	Dar a conocer los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló					1
	Suma	3	3	0	4	10
	Porcentaje	0.30%	0.30%	0%	0.40%	100%

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.9 Diagnóstico externo

Para realizar el diagnóstico se va analizar las condiciones y las ventajas de su entorno que beneficiará para el mismo. Es de suma importancia que se identifique correctamente las oportunidades y las amenazas que pueden generar cada uno de los diferentes factores que

van a influir, puesto que una errónea interpretación de los resultados generara que las operaciones y estrategias no estén correctamente establecidas y definidas.

11.6.9.1 Nomenclatura del diagnóstico externa

Cuadro 28: Nomenclatura del diagnóstico externo

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
Valoraciones	
GO	Gran Oportunidad
O	Oportunidad
GA	Gran Amenaza
A	Amenaza
Codificación	
F.E.	Factor Económico
F.D.	Factor Demográfico
F.P.	Factor Político
F.T.	Factor Tecnológico
F.S.	Factor Social
F.C.	Factor Cultural

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.9.2 Factor económico

Representa un factor positivo en cuanto al desarrollo económico, ya que las plazas de trabajo han tenido un crecimiento considerable. Partiendo desde el principio macroeconómico este factor permitirá evaluar y analizar el comportamiento del consumo en cierto período de tiempo partiendo desde datos históricos para proyectar el futuro del comportamiento.

Por lo general en las cercanías a los lugares turísticos se implementan casi todo tipo de negocio que sirven para comercializar bienes y servicios adicionales. Debido a los ingresos económicos que genera el turismo muchas familias han logrado mejorar su calidad de vida.

11.6.9.2.1 Inflación

Es una medida estadística lo cual permite conocer el incremento de precios de los bienes y servicios que se comercializan dentro del mismo en forma general.

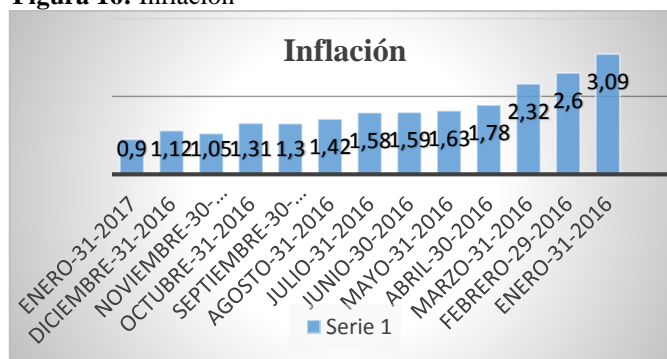
Tabla 5: Inflación

FECHA	VALOR
Enero-31-2017	0.90 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Grupo de investigadores

Figura 16: Inflación



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Como se puede apreciar, la inflación en el mes de enero del 2017 es de 0,90 en relación al año 2016 del mes de diciembre que la inflación es de 1,12, por lo que para los lugares turísticos representa una situación favorable, si bien es cierto la disminución de la inflación nos indica que los precios bajaron por tal razón es una para los consumidores tendrán la posibilidad de visitar lugares turísticos y a su vez compraran productos de primera necesidad.

11.6.9.2.2 Producto interno bruto (PIB)

El PIB es el valor que se le da a los bienes y servicios estos los dan los agentes económicos en un tiempo determinado. el PIB es índice en el cual nos ayuda a conocer si en el país existe crecimiento o disminución de las producciones tanto de bienes como de servicios en las empresas de un determinado país y a su vez nos muestra la competitividad que existe entre ellas.

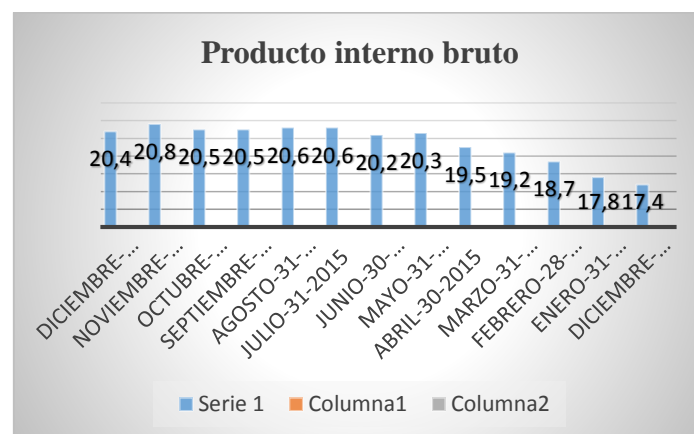
Tabla 6: Producto interno bruto

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2015	20.40 %
Noviembre-30-2015	20.80 %
Octubre-31-2015	20.50 %
Septiembre-30-2015	20.50 %
Agosto-31-2015	20.60 %
Julio-31-2015	20.60 %
Junio-30-2015	20.20 %
Mayo-31-2015	20.30 %
Abril-30-2015	19.50 %
Marzo-31-2015	19.20 %
Febrero-28-2015	18.70 %
Enero-31-2015	17.80 %
Diciembre-31-2014	17.40 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Grupo de investigadores

Figura 17: Producto interno bruto



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

El crecimiento constante del PIB como se muestra en diciembre del 2015 demuestra que la situación de la economía ecuatoriana está en una situación de crecimiento lo que representará como una oportunidad de la cual la empresa deberá aprovechar ya que las personas al obtener mayores ingresos tienen a consumir en mayor cantidad.

11.6.9.2.3 Matriz factor económico

Cuadro 29: Matriz factor económico

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GO	O	GA	A
F.E.01	Inflación.	Disminución	Disminución de la Inflación en el país		X		
F.E. 05	Producto Interno Bruto	Progresivo	Progresivo crecimiento de PIB	X			

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Como podemos observar en el cuadro anterior el factor económico también es una parte muy importante que influye en la economía y la disminución de la inflación es una oportunidad porque hay bajas de precio y esto permitirá a las personas visitar algún lugar turístico y el PIB también representa una gran oportunidad porque nos indica un crecimiento de la economía lo cual esto ayuda a todo el país porque tendrán mayores ingresos y una buena calidad de vida.

11.6.9.3 Factor demográfico

La demografía es una disciplina científica que trata estadísticamente el desarrollo de las poblaciones humanas y sus estructuras, además de la evolución y características generales de las poblaciones desde el punto de vista cuantitativo.

11.6.9.3.1 Población

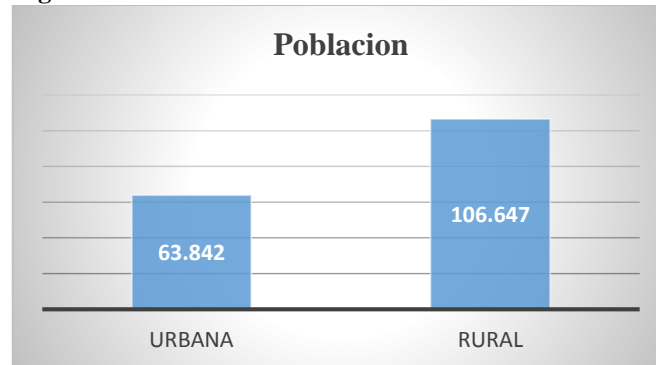
Es todo el conjunto de personas que están acentuadas en una zona para nuestra investigación para conocer la evolución de la población en crecimiento.

Tabla 7: Población

Año	Población
Urbana	63.842
Rural	106.647
Total	170.489

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Grupo de investigadores

Figura 18: Población

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis:

Se puede observar que tenemos un alto número de población en la zona rural de 106.647 con respecto a la zona urbana de 63.842 del cantón de Latacunga esto representa una oportunidad para los lugares turísticos porque tendrán incremento de turistas por esta razón se pretende realizar estrategias de marketing para mejorar estos sitios turísticos.

11.6.9.3.2 Población económicamente activa (PEA)

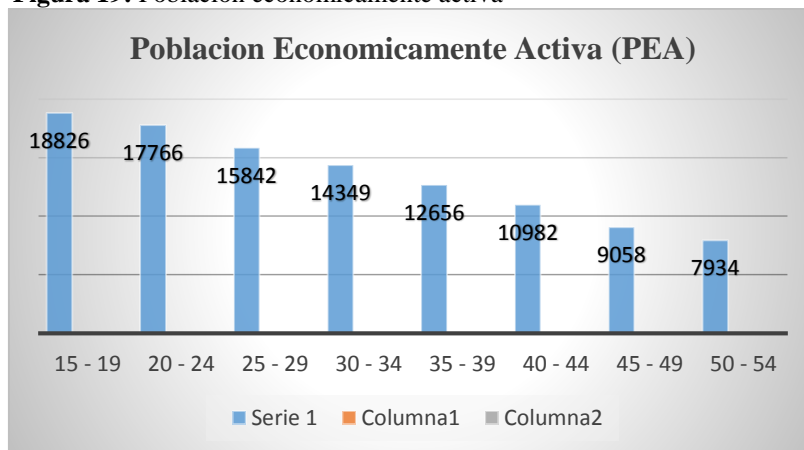
La población económicamente activa es fundamental por lo que podremos conocer con exactitud a la población o número de persona quienes están prestando un servicio dentro de la sociedad. Las personas que están formando el PEA debemos tener en cuenta que son las que están en edad de trabajar y por su esfuerzo físico. Intelectual este recibe su remuneración.

Tabla 8: Población económicamente activa

Grupo de edades de Latacunga	2016
15 - 19	18.826
20 - 24	17.766
25 - 29	15.842
30 - 34	14.349
35 - 39	12.656
40 - 44	10.982
45 - 49	9.058
50 - 54	7.934
Total	107.413

Fuente: <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Figura 19: Población económicamente activa

Fuente: <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis:

Se puede analizar que la población económicamente activa según las proyecciones del senplades en el cantón de Latacunga la pea si es considerable por lo que tenemos un número de 107.413, lo cual para los lugares turísticos representa una oportunidad porque la población de hogares trabajando es considerable y tiende a tener más ingresos económicos para que puedan satisfacer sus necesidades de distracción y consumo sin ningún problema.

11.6.9.3.3 Matriz factor demográfico

Cuadro 30: Matriz factor demográfico

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GO	O	GA	A
F.D. 01	Población	Positivo	Positivo incremento de la demanda	X			
F.D. 02	Pea	Constante	Constante incremento de personas con altos ingresos económicos	X			

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

En la tabla podemos observar que para los lugares turísticos el crecimiento de la población es una gran oportunidad debido a que en la ciudad de Latacunga existe una gran población, que pueden ir a visitar y disfrutar de estos sitios turísticos por tal razón proponemos realiza estrategias de marketing para que exista el incremento de turistas en la parroquia Mulaló.

11.6.9.4 Factor político

Es un factor importante pues en las leyes que imponen el gobierno y a las cuales la empresa de bienes o servicios debe acogerse, dicho factor busca que la mismas tenga un compromiso con la sociedad así como también busca que se cumpla con todo lo implantado en este factor muestra las normas y regulaciones que rige a las organizaciones.

Cuadro 31: Factor político

Ley de régimen tributario interno	Descripción
Art. 383 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza el derecho de las personas y colectividades al tiempo libre y a la promoción de actividades para el esparcimiento y actividades.	En el presente artículo menciona que es un derecho para las personas recibir días libres de recreación los mismos que estarán justificados, puesto que estos días libres estarán decretados bajo el artículo de la constitución.
Art.5 además, son días de descanso obligatorio en el sector público única y exclusivamente en su suscripción territorial, por la creación de cada cantón, la fechas establecidas.	En este artículo menciona que los sectores públicos deben respetar los decretos establecidos por el presidente, pues los mismos ya están establecidos y aprobados por el ministerio de turismo.
Art.6 el sector privado podrá acogerse a las jornadas de descanso señaladas en este Decreto Ejecutivo si así lo estableciere.	En el artículo menciona que las empresas privadas también deberán acogerse a las disposiciones establecidas por el Decreto Ejecutivo.

Fuente: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/Decreto-Feridos-2016-2020.pdf>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Analisis

Conforme a lo establecido en los artículos es obligatorio que las personas tengan tiempos libre y de recreación, esto es una oportunidad para los sectores turísticos ya que al tener días libres las personas, visitarán los distintos lugares turísticos.

11.6.9.4.1 Matriz factor político

Cuadro 32: Matriz factor político

Código	Factor	Comportamientos	Impacto	GO	O	GA	A
F.P. 01	Selección de decretos ejecutivo	Responsabilidad y compromiso.	Selecciona decretos ejecutivos con responsabilidad y compromiso en función de bienestar colectivo.		X		
F.P 02	Establecer normas y reglamentos	Estricto y necesarios	Establece normas y reglamentos de forma estricta las cuales deben ser cumplidas por empresas públicas y privadas.	X			

Elaborado por: Grupo de investigadores





Análisis

Como podemos observar en el cuadro anterior el factor político es una gran oportunidad pues el mismo selecciona decretos ejecutivos favorables para toda la sociedad, y a su vez es una fortaleza por que establece normas y reglamentos que deben cumplir las empresas tanto públicas como privadas.

11.6.9.5 Factor tecnológico

La tecnología en la actualidad es un factor fundamental en una empresa de bienes y servicios debido a que puede ayudar a disminuir costos así como también recursos y mano de obra. La tecnología puede ayudar a ser más competitivas, eficientes, eficaces en si se habla de la tecnología como algo muy necesario para una mejora continua.

Cuadro 33: Tecnología

Tecnología de punta		
Imagen	Nombre	Descripción
	Internet	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permite difundir información a través de una computadora. ✓ Mediante el internet se puede hacer publicidad por redes sociales.
	Televisión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se puede transmitir propagandas comerciales a nivel de canales nacionales e internacionales.
	Radio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se puede transmitir spot publicitarios a través de diferentes frecuencias de radio.
	Pantallas LED	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permite transmitir diferentes imágenes o videos enviados desde un puerto central.

Fuente: Tecnología de punta

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

De acuerdo con la información observada en la tabla anterior hace referencia que mientras la tecnología avanza, la realización de publicidad es más fácil y a su vez puede tener más cobertura permitiendo ser más eficientes y eficaces en sus actividades de publicidad de esta manera siendo una oportunidad para la empresa de bienes y servicios pues la misma sigue mejorando su tecnología de acuerdo a las necesidades en este caso de los turistas.

11.6.9.5.1 Matriz factor tecnológico

Cuadro 34: Matriz factor tecnológico

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GO	O	GA	A
F.T. 01	Generar formas de mejoramiento de publicidad	Eficiencia y eficacia	Genera mejoramiento eficiente y eficazmente la publicidad de los sectores turísticos.	X			
F.T. 02	Mejorar el manejo de recursos	Optimizar e innovar	Mejora el manejo de los recursos optimizando tiempo e innovando nuevas formas de publicidad.	X			

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis:

Como se puede observar en el cuadro anterior la tecnología es un factor importante, pues la misma permite a los sectores turísticos a optimizar tiempo y realizar las actividades de publicidad de una forma más eficiente y eficaz, siendo así una gran oportunidad para la agencias turísticas por que la tecnología permitirá que la misma crezca y pueda ser más competitividad.

11.6.9.6 Factor social

11.6.9.6.1 Educación

La educación también es un factor importante gracias a este factor podemos observar en qué nivel de educación se encuentra los niños, jóvenes, y adultos en el país. Con estos datos observaremos en qué grado o nivel de analfabetismos se encuentra la provincia de

Cotopaxi, así como también el nivel de inversión que se ha generado para la educación y el impacto que se produce en la sociedad.

11.6.9.6.2 Desempleo

El desempleo hace referencia a la situación del trabajador, desocupación o la inexistencia de fuentes de empleo induciendo a que una persona carezca de un sueldo o salario, a pesar de tener la edad, estar en las condiciones adecuadas y teniendo la pre-disposición de trabajar carece de este por motivos ajenos a los suyos.

Tabla 9: Desempleo

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2016	6.68 %
Junio-30-2016	6.68 %
Marzo-31-2016	7.35 %
Diciembre-30-2015	5.65 %
Septiembre-30-2015	5.48 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.9.6.3 Matriz factor social

Cuadro 35: Matriz factor social

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GO	O	GA	A
F.S. 01	Educación	Efectivo	Analizar el nivel de analfabetismo	X			
F.S. 02	Desempleo	Creciente	Creciente aumento del desempleo			X	

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Observando la matriz podemos verificar que la educación representa una gran oportunidad la cual esta nos ayuda saber el nivel o grado en la que nos encontramos a demás se puede identificar que entre mayor índice de educación que exista dará paso a un creciente número de turistas potenciales con capacidad de poder visitar algún lugar turístico. En cambio el desempleo viene a representar una gran amenaza debido a que las personas no tiene dinero por ende no saldrían a ningun lugar turístico porque no cuentas con recursos económico al encontrarse desempleados.

11.6.9.7 Factor cultural

11.6.9.7.1 Costumbres

Dentro del aspecto cultural en la parroquia le identifican aspectos culturales en torno a la producción como la conservación de ciertos cultivos tradicionales culturales como el maíz, la comida típica de la zona, la vestimenta, sus leyendas y prácticas ancestrales. Las costumbres que tiene la parroquia Mulaló son los Cultivos tradicionales asociados a la cultura: maíz, habas, papas, chochos, comidas típicas: choclo con queso, papas con cuy, caldo de gallina. Prácticas ancestrales: mingas, jochas, medicina tradicional.

11.6.9.7.2 Competencia

Cuadro 36: Competencia

Nombre	Lugares turísticos
Pujilí	Laguna de Quilotoa: ubicada en la parroquia Zumbahua centro artesanal 'Rosal': Muestra las artesanía de barro Sede de la Asociación de Artesanos de la localidad La Victoria: A tres kilómetros de la cabecera cantonal Santuario del 'Niño de Isinche': Sitio de romería ubicado a cuatro kilómetros al suroeste del cantón
Saquisilí	Plaza Kennedy Plaza Vicente Rocafuerte Plaza 18 de Octubre Plaza Gran Colombia Plaza San Juan Bautista

Pastocalle	Nevado los ilinizas Cascada de cunuyacu Aguas termales de cunuyacu Laguna de los patos Zona gastronomica de romerillo Rumi chaqui Manantial y termas del rio blanco
------------	---

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.9.7.3 Matriz factor cultural

Cuadro 37: Matriz factor cultural

Código	Factor	Comportamiento	Impacto	GO	O	GA	A
F.C. 01	Costumbres tradicionales	Practican sus costumbres con sus hijos y nietos	Conservan las costumbres tradicionales de sus antepasados y las aplican con sus hijos y netos.	X			
F.C. 02	Competencia	Compiten con lugres turísticos reconocidos por las personas	Disputa liderar en el turismo frente a lugares turísticos ya posicionados.			X	

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

El factor cultural para la empresa representa una gran oportunidad, porque tiene costumbres que las practican con sus hijos y nietos con la finalidad de dar a conocer a los turistas que visitan estos lugares turísticos y es una amenaza porque existen diferentes lugares turísticos y algunos son posicionados y reconocidos por las personas.

11.6.10 Matriz de perfil externo EFE

Cuadro 38: Matriz de perfil externo EFE

Código	Factor	GO	O	GA	A	Total
	Factor económico					
F.E. 01	Disminución de la inflación en el país					1
F.E. 02	Progreso crecimiento del PIB					1
	Factor demográfico					
F.D. 01	Positivo incremento de la demanda					1
F.D. 02	Constante incremento de personas con altos ingresos económico					1
	Factor político					
F.P. 01	Seleccionar decretos ejecutivos					1
F.P. 02	Establecer normas y reglamentos					1
	Factor tecnológico					
F.T. 01	Generar formas de mejoramiento de publicidad					1
F.T. 02	Mejorar el manejo de recursos					1
	Factor social					
F.S. 01	Analizar el nivel de analfabetismo					1
F.S. 02	Creciente aumento del desempleo					1
	Factor cultural					
F.C. 01	Conservan las costumbre tradicionales					1
F.C. 02	Disputa liderar en el turismo frente a lugares turísticos ya posicionados					1
	Suma	12	3	3	3	21
	Porcentaje	58%	14%	14%	14%	100%

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

En el análisis del macro ambiente de los lugares turísticos se puede apreciar que las actividades que realiza existe un alto índice de grandes oportunidades de las cuales debe valerse para lograr alcanzar turistas potenciales con la finalidad de poder brindarles un

mejor servicio y realizar publicidad y promoción de estos sitios turísticos que tiene la parroquia Mulaló.

11.6.11 Matriz FODA

Cuadro 39: Matriz FODA

F	O
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Disponibilidad de recursos naturales y escenarios con gran belleza natural. ➤ Ubicación geográfica accesible con el desarrollo de la sociedad. ➤ Interés por las instituciones, universidades por reactivar sectores turísticos. ➤ Existencia de cooperativas de buses y camionetas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El uso de la tecnología permite la reducción de costos para la promoción turística. ➤ Prioridad por parte del Gobierno para actividades turísticas. ➤ Generación de empleos. ➤ Operadoras turísticas que aprovechan del atractivo turístico. ➤ Masiva concurrencia de los turistas nacionales. ➤ Interés por los turistas de conocer lugares nuevos
D	A
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Carencia de recursos financieros para reactivar los lugares turísticos. ➤ Falta de conocimiento profundo del sector. ➤ Ausencia de estrategias de marketing para el sector turístico. ➤ Falta de planificación de autoridades parroquiales para reactivación de sectores turísticos. ➤ Falta de señalética. ➤ Falta de promoción y difusión de los lugares turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desastres naturales. ➤ Afectación de los destinos turísticos por brusco cambio climático en los lugares turísticos. ➤ Elevado grado de competencia por otras zonas turísticas con respecto a las de la parroquia Mulaló. ➤ Inestabilidad política. ➤ Irregularidad de servicios básicos. ➤ Ausencia de lugares de descanso. ➤ Contaminación de lugares turísticos.

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.12 Matrices EFI y EFE

11.6.12.1 Matriz de factores internos

Tabla 10: Matriz de factores internos

Fortalezas	Valor	Calificación	Valor Ponderado
Disponibilidad de recursos naturales y escenarios con gran belleza natural.	0,15	4	0,6
Ubicación geográfica accesible con el desarrollo de la sociedad.	0,1	3	0,3
Interés por las instituciones, universidades por reactivar sectores turísticos.	0,05	3	0,15
Existencia de cooperativas de buses y camionetas.	0,2	4	0,8
Debilidades	Valor	Calificación	Valor Ponderado
Carencia de recursos financieros para reactivar los lugares turísticos.	0,2	2	0,4
Falta de conocimiento profundo del sector.	0,06	1	0,06
Ausencia de estrategias de marketing para el sector turístico.	0,05	2	0,1
Falta de planificación de autoridades parroquiales para reactivación de sectores turísticos.	0,04	1	0,04
Falta de señalética.	0,08	2	0,16
Falta de promoción y difusión de los lugares turísticos.	0,07	2	0,14
Total	1		2,75

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

Se puede observar en la tabla que el valor total ponderado es de 2,75 lo cual indica que estos lugares turísticos se están manteniendo por ende se debe aprovechar las fortalezas para poder

disminuir las debilidades que tienen estos lugares turísticos con el propósito de seguir mejorando estos lugares para poder brindar un mejor servicio.

11.6.12.2. Matriz de factores externos

Tabla 11: Matriz de factores externos

Oportunidades	Valor	Calificación	Valor ponderado
El uso de la tecnología permite la reducción de costos para la promoción turística.	0,07	4	0,28
Prioridad por parte del Gobierno para actividades turísticas.	0,05	3	0,15
Generación de empleos.	0,14	4	0,56
Operadoras turísticas que aprovechan del atractivo turístico.	0,07	3	0,28
Masiva concurrencia de los turistas nacionales.	0,07	4	0,28
Interés por los turistas de conocer lugares nuevos	0,10	4	0,40
Amenazas	Valor	Calificación	Valor ponderado
Desastres naturales.	0,05	2	0,1
Afectación de los destinos turísticos por brusco cambio climático en los lugares turísticos.	0,08	1	0,08
Elevado grado de competencia por otras zonas turísticas con respecto a las de la parroquia Mulaló.	0,12	2	0,24
Inestabilidad política.	0,06	1	0,06
Irregularidad de servicios básicos.	0,1	2	0,2
Ausencia de lugares de descanso.	0,05	2	0,1
Contaminación de lugares turísticos.	0,04	1	0,04
Total	1		2,67

Elaborado por: Grupo de investigadores

Análisis

De acuerdo con la tabla de los factores externos los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló tienen una ponderación de 2,67 lo cual nos indica que a pesar de las amenazas que se suscitan esta se sigue manteniendo estable lo cual esto nos indica que se deben de seguir implementando estrategias para poder aprovechar las oportunidades y así evitar las posibles amenazas que tiene en estos lugares turísticos.

11.6.13 FODA Cruzado

Cuadro 40: FODA cruzado

<p>FODA</p>	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: Disponibilidad de recursos naturales y escenarios con gran belleza natural.</p> <p>F2: Ubicación geográfica accesible con el desarrollo de la sociedad.</p> <p>F3: Interés por las instituciones, universidades por reactivar sectores turísticos.</p> <p>F4: Existencia de cooperativas de buses y camionetas.</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: Carencia de recursos financieros para reactivar los lugares turísticos.</p> <p>D2: Falta de conocimiento profundo del sector.</p> <p>D3: Ausencia de estrategias de marketing para el sector turístico.</p> <p>D4: Falta de planificación de autoridades parroquiales para reactivación de sectores turísticos.</p> <p>D5: Falta de señalética.</p> <p>D6: Falta de promoción y difusión de los lugares turísticos.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: El uso de la tecnología permite la reducción de costos para la promoción turística.</p> <p>O2: Prioridad por parte del Gobierno para actividades turísticas.</p> <p>O3: Generación de empleos.</p> <p>O4: Operadoras turísticas que aprovechan del atractivo turístico.</p> <p>O5: Masiva concurrencia de los turistas nacionales.</p> <p>O6: Interés por los turistas de conocer lugares nuevos</p>	<p>(F4: F2: O3) Elaborar convenios con los socios de las cooperativas de transporte, para que realicen tours por los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, permitiendo de esta manera generar fuentes de trabajo para las personas de los distintos sectores turísticos.</p> <p>(F1: O1) Colocar pantallas dinámicas donde muestren imágenes de los distintos lugares turísticos de la parroquia Mulaló aprovechando la belleza natural y la tecnología.</p> <p>(F3: O1) Realizar un video promocional de todos los lugares de la parroquia Mulaló para</p>	<p>(D2:O1) Utilizar las redes sociales para dar información necesaria de su reseña histórica y de sus lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló.</p> <p>(D4:O3) Implementar stands turísticos para la reactivación de estos lugares y aumentar la oferta turística.</p> <p>(D6:O6) Promocionar la imagen turística de la parroquia Mulaló mediante llaveros para dar a conocer los lugares turísticos aprovechando el interés de los turistas por conocer lugares nuevos</p> <p>(D5:O2) Realizar convenios con el ministerio de turismo para colocar las señaléticas en los lugares</p>

	<p>promocionar los mismos aprovechando la tecnología.</p> <p>(F1: O6) Diseñar una imagen turística de la parroquia Mulaló para promocionar el inventario turístico aprovechando el interés de los turistas por conocer lugares nuevos.</p>	<p>turísticos que faltan aprovechando la prioridad del gobierno por realizar actividades turísticas.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Desastres naturales.</p> <p>A2: Afectación de los destinos turísticos por brusco cambio climático en los lugares turísticos.</p> <p>A3: Elevado grado de competencia por otras zonas turísticas con respecto a las de la parroquia Mulaló.</p> <p>A4: Inestabilidad política.</p> <p>A5: Irregularidad de servicios básicos.</p> <p>A6: Ausencia de lugares de descanso.</p> <p>A7: Contaminación de lugares turísticos.</p>	<p>(F3: A7) Capacitar a los pobladores para reducir la contaminación en los lugares turísticos, aprovechando el interés de las instituciones y universidades por el turismo.</p> <p>(F3:A1) Implementar centros de información turística para conocer el estado actual del volcán aprovechando el interés de las universidades e instituciones por reactivar los lugares.</p>	<p>(D6:A3) Realizar convenios interinstitucionales para promocionar el turismo la misma que nos permitirá tener un canal de comunicación con el turista.</p> <p>(D4:A6) Implementar áreas de descanso en los sectores turísticos que son públicos para mejorar su presentación.</p> <p>(D2:A1:A3) Realizar cuñas para difundir el inventario turístico y el estado actual del volcán Cotopaxi aprovechando la falta de conocimiento del sector.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.14 Elaboración de estrategias

11.6.14.1 Estrategias FA

Cuadro 41: Capacitar a los pobladores

Estrategia: Capacitar a los pobladores	
Descripción	Acción
Capacitar a los pobladores para reducir la contaminación en los lugares turísticos, aprovechando el interés de las instituciones y universidades por el turismo.	Capacitar a los pobladores a través de foros con temas referentes a: Las 3 R's. Cuidado del medio ambiente.
Objetivo	Recursos
Reducir la contaminación en los lugares turísticos	Material Económico Humano
Política	Responsable
Aplicar sanciones para las personas que se les encuentre contaminando los lugares turísticos.	Autoridades de la parroquia Mulaló. Habitantes de la parroquia Mulaló.
Meta	Tiempo
Tener una acogida en un 50% por parte de los habitantes de la parroquia de Mulaló	Después de 1 año.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 42: Presupuesto de la estrategia de capacitar a los pobladores

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
3 personas	Contratar a los capacitadores los mismos que serán de los convenios con las instituciones educativas.	\$17,00	\$51,00
Total			\$51,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 43: Capacitaciones

	
Descripción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las capacitaciones se realizaron en la junta parroquial de Mulaló, los días sábados de 9:00am a 11:00 am con la finalidad de que en ese lapso de tiempo se logre concientizar temas muy importantes a cerca del cuidado del medio ambiente, para que de esta manera tenga el cuidado de los 16 lugares turísticos que tiene la parroquia. ✓ Posteriormente se realizará talleres referentes a los temas,.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 44: Estrategia de centros de información turística

Estrategia: Implementar centros de información turística	
Descripción	Acción
Implementar centros de información turística para conocer el estado actual del volcán aprovechando el interés de las universidades e instituciones por reactivar los lugares.	Implementación de centros de información con respecto al estado actual del volcán Cotopaxi.
Objetivo	Recursos
Incrementar el número de turistas mediante los centros de información sobre las ofertas turísticas que tiene la parroquia Mulaló.	Material Económico Humano
Política	Responsable
Contar con un personal capacitado respecto a los sitios turísticos	Autoridades de la parroquia Mulaló. Habitantes de la parroquia Mulaló,
Meta	Tiempo
Tener una acogida en un 40% por parte de turistas de la provincia de Cotopaxi.	Después de 1 año.

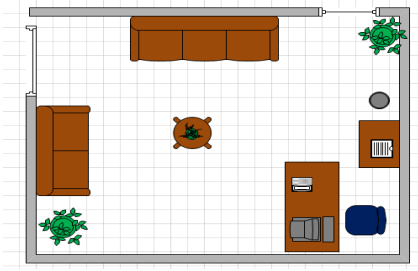




































Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 45: Presupuesto de la estrategia de centros de información turística

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Trabajador encargado de emitir la información.	\$366,00	\$366,00
1	Escritorio.	\$150,00	\$150,00
1	Computadora de escritorio.	\$600,00	\$600,00
1	Impresora	\$400,00	\$400,00
1	Silla	\$50,00	\$50,00
	Materiales de oficina		\$50,00
Total			\$1616,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 46: Centro de información

	 <table border="1" data-bbox="639 611 1302 1290"> <thead> <tr> <th>Imagen</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Pared</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Ventana</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Puerta</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Planta</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Computadora</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Taburete</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Silla de escritorio</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Pales formato A4</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Teléfono</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Basurero</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Mesa</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Sofá</td> </tr> </tbody> </table>	Imagen	Descripción		Pared		Ventana		Puerta		Planta		Computadora		Taburete		Silla de escritorio		Pales formato A4		Teléfono		Basurero		Mesa		Sofá
Imagen	Descripción																										
	Pared																										
	Ventana																										
	Puerta																										
	Planta																										
	Computadora																										
	Taburete																										
	Silla de escritorio																										
	Pales formato A4																										
	Teléfono																										
	Basurero																										
	Mesa																										
	Sofá																										
<p>Descripción:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El centro de información turística estará ubicado en la ciudad de Latacunga en el terminal terrestre del mismo. ✓ Este centro tendrá como objetivo de dar información necesaria de todos los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló y a su vez se le detallará si el turista requiere de un lugar específico. ✓ Los horarios de atención será de lunes a sábado en horaria 8:00 am-16:00pm. 																										
<p>Colores</p>	<p>Los colores que se utilizarán para pintar el centro de información turística son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Por fuera tendrá el color blanco: representa inocencia y pureza ✓ Por dentro se pintará de color azul: El color azul del cielo, espiritualidad, libertad, paciencia que combina con el paisaje de los lugares turísticos. 																										

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.14.2 Estrategias FO

Cuadro 47: Estrategia de convenios con las cooperativas de transporte

Estrategia: Elaborar convenios con los socios de las cooperativas de transporte	
Descripción	Acción
Elaborar convenios con los socios de las cooperativas de transporte, para que realicen tours por los lugares turísticos de la parroquia Mulaló, permitiendo de esta manera generar fuentes de trabajo para las personas de los distintos sectores turísticos.	Elaboración de tours turísticos que permitan conocer a los turistas los distintos lugares, los mismos que tendrán una duración de 3 horas con una guía turístico.
Objetivo	Recursos
Ampliar el número de turistas, mediante tours turísticos para generar fuentes de empleo	Material Económico Humano
Política	Responsable
No exceder con la tarifa determinada de un tours turístico.	Autoridades de la parroquia Mulaló. Habitantes de la parroquia Mulaló.
Meta	Tiempo
Incrementar el número de turistas en un 50% y generar fuentes de empleo en un 25% para la parroquia Mulaló.	Después de 1 año.


Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 48: Presupuesto de la estrategia del convenio con las cooperativas de transporte

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1 alquiler	Camionetas	\$6,00 por tours	\$6,00
1 alquiler	Buses	\$10,00 por tours	\$10,00
Total			\$16,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 49: Tours turísticos

	 <p>TOURS TURISTICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Piedra Chuintosa - Cañón de San Diego - Piedra Santa Bárbara - Cerro Moruro - Hacienda Barrancas - Hacienda San Agustín de Callo - Hacienda Tambo - Mulaló - Cerro el Morro - Cueva Iglesia Guayco - Volcán Cotopaxi - Geología histórica - Manantiales del Cotopaxi - Cerro Callo - Laguna Limpio Pungo - Paramo Jitio - Parque Nacional Cotopaxi - Área Nacional de <p>PARROQUIA MULALÓ</p>
<p>Descripción:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los Tours Turísticos se realizarán los fines de semana en horarios de 8:00-16:00. ✓ El costo que tendrá el tour turístico será de 10 dólares si se va en el Bus de la cooperativa “San Francisco de Mulaló”, este precio se establece debido a la comodidad que tendrán al irse en el bus. ✓ Por otro lado las camionetas de la cooperativa “Reina de la Fuente” ofrecerán los tours a un precio más bajo debido a que no existiría una comodidad que los turistas requieran, pero las rutas de las camionetas serán para los lugares más difíciles de acceder a los Buses. ✓ El rotulo llevará el listado de los lugares turísticos, el bus y las camionetas que tiene la parroquia y algunas fotos de algunos lugares turísticos que llaman la atención de los turistas.
<p>Colores</p>	<p>El amarillo: Es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría.</p> <p>El azul: Es el color de la frescura, la espiritualidad, la libertad, la paciencia, la lealtad, la paz y la honradez.</p> <p>El verde: Es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 50: Estrategias de colocar pantallas dinámicas

Estrategia: Colocar pantallas dinámicas	
Descripción	Plan de acción
Colocar pantallas dinámicas donde muestren imágenes de los distintos lugares turísticos de la parroquia Mulaló aprovechando la belleza natural y la tecnología.	Elaboración de letreros dinámicos que muestren los distintos lugares turísticos de la parroquia Mulaló los mismos que serán ubicados en lugares estratégicos.
Objetivo	Recursos
Captar la atención de los turistas por medio de pantallas dinámicas para incrementar el turismo de la parroquia Mulaló.	Material Económico Humano
Meta	Responsable
Aumentar el número de turistas en un 50% mediante la implementación de letreros dinámicos.	Autoridades de la parroquia Mulaló. Habitantes de la parroquia Mulaló.
Política	Tiempo
Tener accesibilidad en las vías públicas para poder ofrecer los lugares turísticos a través de estas pantallas dinámicas.	Después de 1 año.


Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 51: Presupuesto para la estrategia de pantallas dinámicas

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
2 unidades	Pantallas dinámicas 574 x 490 metros	\$3300,00	\$6600,00
4 personas	Eléctricos para instalación de las pantallas dinámicas	\$366,00	\$1464,00
Total			\$8064,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 52: Pantalla dinámicas

	
Descripción:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las pantallas Dinámicas estarán ubicadas en un lugar estratégico que es en la panamericana norte km1 donde existe mayor afluencia de personas que permitirá captar la atención de la mayor parte de personas posible. ✓ Otra pantalla se la colocará en la entrada a la parroquia Mulaló frente a la Empresa Novacero S.A. estará ubicada en dirección Norte.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 53: Video promocional de los lugares turísticos

Estrategia: Realizar un video promocional de todos los lugares de la parroquia Mulaló	
Descripción	Acción
Realizar un video promocional de todos los lugares de la parroquia Mulaló para promocionar los mismos aprovechando la tecnología.	<ul style="list-style-type: none"> - Se tomará fotos de los lugares turísticos o se grabará cada uno de los lugares turísticos. - Luego se procederá a editar el video. - Para ello será necesario tener internet ilimitado.
Objetivo	Recursos
Promocionar los lugares turísticos de la parroquia Mulaló.	Humanos Materiales Financiero Tecnológico
Política	Responsables
En el video se pasará exclusivamente solo fotos de los lugares turísticos.	Autoridades de la parroquia Mulaló.
Meta	Tiempo
Incrementar el número de turistas en un 45% para el año 2018.	Después de 1 año

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 54: Presupuesto de la estrategia del video promocional de los lugares turísticos

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1 unidad	Cámara fotográfica	\$350,00	\$350,00
1 unidad	filmadora	\$400,00	\$400,00
Total			\$750,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 55: Video promocional de los lugares turísticos

	
<p>Descripción</p>	<p>El video tendrá una duración de dos minutos el inicio del video esta con la imagen Corporativa de la parroquia Mulaló, dentro de ellos están los lugar turísticos y algunas frases que motiven al turista a visitar estos lugares hermosos.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 56: Imagen turística de la parroquia Mulaló

Estrategia: Diseñar una imagen turística de la parroquia Mulaló	
Descripción	Acción
Diseñar una imagen turística de la parroquia Mulaló para promocionar el inventario turístico aprovechando el interés de los turistas por conocer lugares nuevos	- Contratar un diseñador gráfico para que diseñe la imagen turística.
Objetivo	Recursos
Posicionar la imagen turística a nivel cantonal.	Humanos Materiales Financiero Tecnológico
Política	Responsables
La imagen turística debe de ser utilizada solo para promoción de lugares turísticos.	Autoridades de la parroquia Mulaló.
Meta	Tiempo
Dar a conocer en un 50% del cantón Latacunga la imagen turística de la parroquia Mulaló.	Después de 1 año


Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 57: Presupuesto para la estrategia de la imagen turística

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1 persona	Diseñador gráfico	\$366,00	\$366,00
Total			\$366,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 58: Imagen turística

	
Descripción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El volcán Cotopaxi representa a la Provincia y a su vez está cerca de la parroquia Mulaló. ✓ La piedra Chilintosa representa uno de los lugares turísticos más reconocidos de la parroquia Mulaló.
Colores	<p>El azul: Es el cielo y el río en marketing representa frescura, espiritualidad, libertad, paciencia que combina con el paisaje.</p> <p>El amarillo: Representa emoción como optimismo, felicidad y brillo y alegría.</p> <p>El verde: Representa la renovación y el renacimiento.</p> <p>El Blanco: Representa inocencia y pureza.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.14.3 Estrategias DO

Cuadro 59: Estrategia utilizar redes sociales

Estrategia: Utilizar redes sociales	
Descripción	Acción
Utilizar las redes sociales para dar información necesaria de su reseña histórica y de los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló.	Promocionar los lugares turísticos aprovechando las redes sociales y a través de la página web que tiene la parroquia Mulaló. - Se contratará internet ilimitado
Objetivo	Recursos
Dar a conocer los lugares turísticos de la parroquia Mulaló	Humanos Materiales Financiero Tecnológico
Política	Responsables
Actualizar la página web cada 2 meses	Presidente de la Junta Parroquial
Meta	Tiempo
Ser reconocida en un 30% a nivel nacional e internacional por los turistas reales y potenciales.	Después de 1 año

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 60: Presupuesto de la estrategia de utilizar redes sociales

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1 router	Internet	\$200,00	\$200,00
Total			\$200,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 61: Utilización de redes sociales

	
<p>Descripción</p>	<p>Pág. Web: Las imágenes representan los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló, está en la disposición de todos los usuarios en la cual se pretende realizar las actualizaciones de esta página cada dos meses con el fin de poder brindar una buena información detallada y actual.</p> <p>Facebook: Se realizará constantemente promociones de estos lugares turísticos a todos nuestros amigos que tenemos en la página del Facebook, de igual manera se subirán fotos de los lugares turísticos, la gastronomía y la cultura de la parroquia Mulaló, esta página estará habilitada las 24 horas.</p>
<p>Colores</p>	<p>El amarillo: Es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría.</p> <p>El blanco: El color blanco implica inocencia y pureza.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 62: Estrategia del stand turístico

Estrategia: Implementar stand turístico	
Descripción	Acción
Implementar stand turístico para la reactivación de estos lugares y aumentar la oferta turística.	Realizar ferias y exposiciones de la artesanía y la gastronomía para los turistas que visitan estos lugares de la parroquia Mulaló.
Objetivo	Recursos
Implementar locales adecuados de artesanía y gastronomía con la finalidad de poder incrementar la oferta de estos lugares turísticos.	Humanos Materiales Financiero Tecnológico
Política	Responsables
El local tendrá un espacio físico de 2 m ²	Presidente de la Junta Parroquial
Meta	Tiempo
Ofrecer en un 70% los mejores productos y servicios a los turistas en los stands que tendrá la parroquia Mulaló.	1 año después

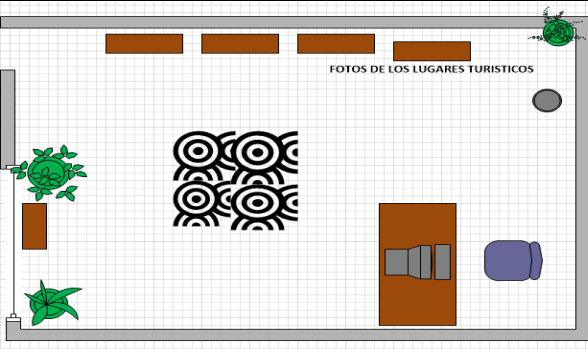



























Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 63: Presupuesto de la estrategia de stand turístico

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1 unidad	stand	\$2500,00	\$2500,00
Total			\$2500,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 64: Stand turístico

	 <table border="1" data-bbox="635 627 1197 1377"> <thead> <tr> <th>Imagen</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Pared</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Ventana</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Puerta</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Planta</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Computadora</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Silla de escritorio</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Basurero</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Cuadro de las fotos de los lugares turísticos</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Alfombra</td> </tr> </tbody> </table>	Imagen	Descripción		Pared		Ventana		Puerta		Planta		Computadora		Silla de escritorio		Basurero		Cuadro de las fotos de los lugares turísticos		Alfombra
Imagen	Descripción																				
	Pared																				
	Ventana																				
	Puerta																				
	Planta																				
	Computadora																				
	Silla de escritorio																				
	Basurero																				
	Cuadro de las fotos de los lugares turísticos																				
	Alfombra																				
Descripción	<p>Este stand turístico estará ubicado en el centro de la ciudad de Latacunga porque hay más influencia de pobladores en la cual podrán entrar a observar de los diferentes lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló, este stand turístico estará a disposición de todos los días martes, viernes y sábados de 9:00 am hasta las 19:00 pm.</p>																				
Colores	<p>El verde.- Es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento.</p> <p>El azul.- Es el color de la frescura, la espiritualidad, la libertad, la paciencia, la lealtad, la paz y la honradez.</p> <p>El blanco.- Implica inocencia y pureza.</p>																				

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 65: Promocionar la imagen turística

Estrategia: Promocionar la imagen turística	
Descripción	Acción
Promocionar la imagen turística de la parroquia Mulaló mediante llaveros para dar a conocer los lugares turísticos aprovechando el interés de los turistas por conocer lugares nuevos	Diseñar llaveros en acrílico, gorras y camisetas para promocionar la imagen corporativa de la parroquia Mulaló.
Objetivo	Recursos
Lograr que los turistas identifiquen los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló	Material Económico Humano
Política	Responsable
Se utilizará los colores exclusivamente que identifiquen a la parroquia Mulaló.	Autoridades de la parroquia Mulaló.
Meta	Tiempo
Conozcan la parroquia Mulaló en un 60% y sepan de la existencia de estos lugares turísticos.	Después de 1 año.


Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 66: Presupuesto de la estrategia de promocionar la imagen turística

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
100 unidad	Llaveros acrílicos	\$3,00	\$300,00
100 unidad	Gorras	\$7,00	\$700,00
100 unidad	Camisetas	\$10,00	\$1000,00
Total			\$2000,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 67: Promoción de la imagen turística

	
Descripción	<p>El volcán Cotopaxi representa a la provincia, el río representa la abundancia del agua, la piedra Chilintosa es uno de los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló.</p>
Colores	<p>El verde: Es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.</p> <p>El azul: Es el color de la frescura, la espiritualidad, la libertad, la paciencia, la lealtad, la paz y la honradez.</p> <p>El amarillo: Es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 68: Convenios con el ministerio de turismo

Estrategia: Realizar convenios con el ministerio de turismo	
Descripción	Acción
Realizar convenios con el ministerio de turismo para colocar las señaléticas en los lugares turísticos que faltan, aprovechando la prioridad del gobierno por realizar actividades turísticas.	Colocar las respectivas señaléticas en los lugares turísticos que faltan para que se puedan informar de la ubicación de los lugares turísticos y mensajes ambientales de normas o requisitos a cumplirse dentro de la zona.
Objetivo	Recursos
Evitar la destrucción de la naturaleza que tiene cada uno de los lugares turísticos por parte de los turistas	Material Económico Humano
Política	Responsable
Utilizar los colores verde y blanco que demuestren el cuidado del medio ambiente.	Autoridades de la parroquia Mulaló. Habitantes de la parroquia Mulaló.
Meta	Tiempo
Incrementar el cuidado del medio ambiente en un 60% para poder atraer turistas a estos lugares.	Después de 1 año.


Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 69: Presupuesto de la estrategia de los convenios con el ministerio de turismo

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
4 unidades	Señaléticas de la ubicación de los lugares turísticos	\$50,00	\$200,00
16 unidades	Señalética de prohibición	\$ 40,00	\$640,00
Total			\$840,00

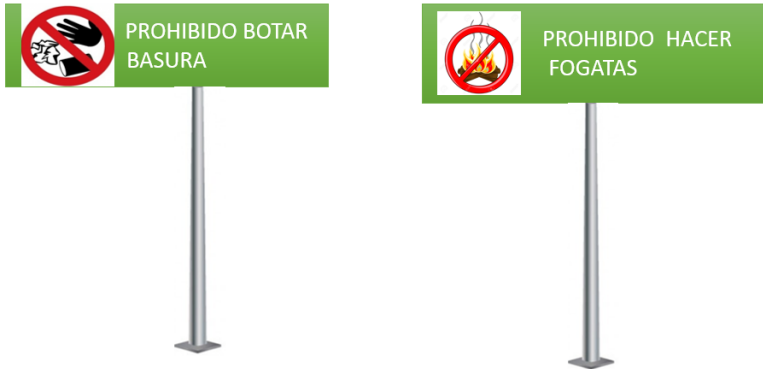
Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 70: Señalética en los lugares turístico

	
Descripción	<p>Las señaléticas para la ubicación de los lugares turísticos que faltan estarán diseñadas de esta manera y se ubicarán de acuerdo a la distancia que falta para que puedan llegar al sitio los turistas.</p>
Colores	<p>El verde: Es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.</p> <p>El blanco: implica inocencia y pureza.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 71: Señalética de prohibición en los lugares turísticos

	
Descripción	<p>Estas señaléticas se colocarán en cada uno de los lugares turísticos con la finalidad de poder cuidar el medio ambiente y no contaminar estos sitios naturales.</p>
Colores	<p>El verde: Es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.</p> <p>El blanco: implica inocencia y pureza.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.14.4 Estrategia DA

Cuadro 72: Estrategia de convenios interinstitucionales

Estrategia: Convenios interinstitucionales	
Descripción	Acción
Realizar convenios interinstitucionales para promocionar el turismo la misma que nos permitirá tener un canal de comunicación con el turista.	Convenios con las universidades para realizar talleres, giras de observación con las personas que asistan a esta labor social que se realice en la parroquia Mulaló. <ul style="list-style-type: none"> - Realizar ventas de comida típica en días feriados - Exposición de las artesanías del grupo de diseñadores ecológicos Ari “eco design.”
Objetivo	Recursos
Realizar una labor social que permita fortalecer los lugares turísticos de la parroquia Mulaló.	Humanos Materiales Financiero Tecnológico
Política	Responsables
Realizar una gira de observación por todos los sitios turísticos.	Autoridades de la Junta Parroquial
Meta	Tiempo
Cumplir en un 70% con las labores sociales a realizarse en la parroquia Mulaló.	Después de 1 año


Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 73: Presupuesto de la estrategia de los convenios interinstitucionales

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
3 unidades	Carpas 4x8 metros (alquiler)	\$ 80,00	\$240,00
8 unidades	Mesas (alquiler)	\$10,00	\$80,00
20 unidades	Sillas (alquiler)	\$1,00	\$20,00
8 unidades	Manteles (alquiler)	\$1,00	\$8,00
1 unidades	Amplificación	\$150,00	\$150,00
Total			\$498,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 74: Ferias de comida típica

	
Descripción	<p>Estas ferias de comida típica se realizarán en días feriados, con el propósito de dar a conocer a los turistas la comida típica de la parroquia y a su vez para invitar que se acerquen a conocer los lugares turísticos que tiene la misma.</p>
Colores	<p>El verde.- porque es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento y está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.</p> <p>El blanco.- implica inocencia y pureza.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 75: Estrategia de implementar áreas de descanso

Estrategia: Implementar áreas de descanso	
Descripción	Acción
Implementar áreas de descanso en los sectores turísticos que son públicos para mejorar su presentación.	Colocar las áreas de descanso en la Piedra Chilintosa ya que es uno de los lugares más visitados por los turistas. <ul style="list-style-type: none"> - Sillas de madera - Mesas de madera - Casa de madera - Área de juego infantil
Objetivo	Recursos
Brindar un mejor servicio a los turistas con la finalidad de que se sientan satisfechos y muy conformes con todos los servicios que tienen a su disposición.	Humanos Materiales Financiero Tecnológico
Política	Responsables
No dañar estas áreas de descanso porque es para el beneficio de todos los visitantes que lleguen a la parroquia Mulaló.	Autoridades de la Junta Parroquial
Meta	Tiempo
Cuidar estas áreas de descanso en un 60% la misma que brindará satisfacción para todos.	Después de 1 año


Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 76: Presupuesto para la estrategia de implementar áreas de descanso

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
50 unidades	Mesa de madera	30,00	1500,00
100 unidades	Sillas de madera	20,00	2000,00
1 unidad	Casa de madera área pequeña 22mx2	750,00	750,00
1unidad	Juegos para áreas infantiles	1800,00	1800,00
Total			6050,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 77: Áreas de descanso

	
Descripción	<p>Estas áreas de descanso se pondrán en los lugares turísticos de la parroquia Mulaló ya que son de suma importancia para que los turistas se sientan cómodos y puedan descansar después de un largo viaje por esta razón hemos visto necesario que se implemente estas áreas de descanso para que los turistas se sientan conformes y a su vez también que estos lugares turísticos estén en mejor presentación.</p>

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 78: Cuñas

Estrategia: Realizar cuñas	
Descripción	Acción
Realizar cuña para difundir el inventario turístico y el estado actual del volcán Cotopaxi aprovechando la falta de conocimiento del sector.	Elaborar una cuña con un mensaje que capten y llamen la atención de todas las personas con la finalidad de conocer estos lugares turísticos.
Objetivo	Recursos
Fortalecer los lugares turísticos de la parroquia Mulaló mediante una campaña publicitaria	Material Económico Humano
Meta	Tiempo
Captar más turistas actuales y potenciales en un 70% a estos lugares turísticos que no son conocidos ni visitados.	Después de 1 año.
Política	Responsable
La cuña publicitaria será exclusivamente para promoción solo los lugares turísticos y no promocionar ningún tipo de negocio.	Autoridades de la parroquia Mulaló.

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 79: Presupuesto de la estrategia de la cuña publicitaria

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
2 Propagandas al día	Radio Color Stereo por tres meses	\$800,00	\$800,00
2 Propagandas al día	Radio Latina por tres meses	\$800,00	\$800,00
Total			\$1600,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

Cuadro 80: Cuña publicitaria

	<p style="text-align: center;">“Mulaló una aventura impresionante”</p> <p>Mas que un destino es una aventura que tendrás que recorrer para vivir una experiencia increíble e inolvidable, por eso Mulaló cuenta con los lugares turísticos mas atractivos y te ofrece muchas opciones para divertirse y pasar momentos increíbles junto a tu familia, amigos y seres queridos. Estos lugares se encuentran ubicadas en la Parroquia Mulaló en la Provincia de Cotopaxi pueden contactarse en nuestra pág.. web http://mulalo.gob.ec/cotopaxi/ y en Facebook nos encuentras como Mulaló.</p>
Descripción	Se transmitirá un mensaje radial de 40 segundos de duración, con una frecuencia de 2 veces al día en cada una de las emisoras durante 3 meses, con la voz de un locutor, utilizando una música relajante.
Emisoras	Radio Color estereo 105.3 Radio Latina 90.1

Elaborado por: Grupo de investigadores

11.6.15 Presupuesto general de las estrategias

Cuadro 81: Presupuesto general de las estrategias

Estrategias	Valor Total
Capacitar a los pobladores referente a la contaminación	\$ 51,00
Implementar centros de información turística	\$ 1616,00
Elaborar convenios con las cooperativas de transporte de la parroquia Mulaló	\$ 16,00
Colocar pantallas dinámicas en la panamericana km 1 vía Salcedo y vía a Quito	\$ 8064,00
Realizar video promocional de todos los lugares turísticos	\$ 750,00
Diseñar una imagen turística	\$ 366,00
Utilizar redes sociales	\$ 200,00
Implementar stand turístico	\$ 2500,00
Promocionar la imagen turística	\$ 2000,00
Realizar convenios con el ministerio de turismo	\$ 840,00
Realizar convenios interinstitucionales	\$ 498,00
Implementar áreas de descanso	\$ 6050,00
Realizar cuñas	\$ 1600,00
Total	\$ 24551,00

Elaborado por: Grupo de investigadores

12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS):

Cuadro 82: Significancia del puntaje del impacto

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-3	Negativo en nivel alto
-2	Negativo en nivel medio
-1	Negativo en nivel bajo
0	Ni negativo, ni positivo
1	Positivo en nivel bajo
2	Positivo en nivel medio
3	Positivo en nivel alto

Elaborado por: Grupo de investigadores

12.1 Impacto sociocultural

Cuadro 83: Impacto sociocultural

IMPACTO SOCIOCULTURAL									
NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL	
Mejoramiento del servicio al consumidor					X			1	
Integración por parte de los pobladores con las instituciones interesadas por el turismo							X	3	
Creación de fuentes de empleo							X	3	
Mejorar calidad de vida de la sociedad						X		2	
TOTAL					1	2	6	9	

Elaborado por: Grupo de investigadores

$$\text{Nivel de impacto socio cultural} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto socio cultural} = \frac{9}{4} = 2,50 \text{ alto positivo}$$

Análisis

El impacto sociocultural es positivo a favor de la parroquia Mulaló, como la creación de fuentes de empleo así como también una mejor calidad de vida para los habitantes de la mismas permitiendo que se desarrollen de una manera socioeconómica. El nivel de impacto 2,5 que es un alto impacto positivo en cuanto se refiere al desarrollo socio cultural de los sectores turísticos.

12.2 Impacto Ambiental

Cuadro 84: Impacto ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de normas de ambientales y manejo adecuado de la basura.						x		2
Uso de las R`s de reciclaje.							x	3
Normas de manipulación de alimentos para su venta						x		2
TOTAL						4	3	7

Elaborado por: Grupo de investigadores

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto ambiental} = \frac{7}{3} = 2,33 \text{ positivo medio}$$

Análisis

En cuanto al impacto ambiental que se dará en la parroquia Mulaló es de 2,33 lo que es un impacto positivo medio, permitiendo conocer de esta manera que el cambio que se realizará ayudará a las personas a reciclar la basura, y saber manejar sus alimentos en caso de que los venda en los sectores turísticos de la parroquia Mulaló.

12.3 Impacto económico

Cuadro 85: Impacto económico

IMPACTO ECONOMICO								
NIVEL DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de empleo							x	3
Incremento de turistas nacionales y extranjeros						x		2
Actividades turística tradicionales						x		2
Estabilidad económica							x	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: Grupo de investigadores

$$\begin{aligned}
 \text{Nivel de impacto económico} &= \frac{\text{Suma total}}{\text{Total de indicadores}} \\
 &= \frac{10}{4} \\
 &= 2,5
 \end{aligned}$$

Nivel de impacto económico = alto positivo

Análisis

Este proyecto generará nuevas fuentes de empleo para la población de Mulaló a través de los lugares turísticos que visitarán los turistas. Se espera lograr con las estrategias de marketing incrementar la visita de los turistas nacionales y extranjeros con la finalidad de poder tener una estabilidad económica en la junta parroquia para esto se realizará convenios con diferentes instituciones, y universidades para poder reactivar estos lugares turísticos y así poder hacer que estos lugares sean más atractivos y visitados.

13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Cuadro 86: Presupuesto para la propuesta del proyecto

Recursos	Presupuesto para la elaboración del proyecto			
	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
ESTRATEGIAS				
Capacitadores	3	Personas	\$ 17,00	\$ 51,00
Centros de información				
Trabajador encargado de emitir la información.	1	Persona	\$ 366,00	\$ 366,00
Escritorio.	1	Unidad	\$ 150,00	\$ 150,00
Computadora de escritorio.	1	Unidad	\$ 600,00	\$ 600,00
Impresora	1	Unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
Silla	1	Unidad	\$ 50,00	\$ 50,00
Materiales de oficina				\$ 50,00
Convenios con cooperativas de transporte				
Camionetas (Virgen de la Fuente)	1	unidad	\$ 6,00 por tours	\$ 6,00
Buses (San Francisco de Mulaló)	1	unidad	\$10,00 por tours	\$ 10,00
Colocar pantallas dinámicas				
Pantallas dinámicas 574 x 490 metros	2	unidad	\$ 3300,00	\$ 6600,00
Eléctricos para instalación de las pantallas dinámicas	4	personas	\$ 366,00	\$ 1464,00
Realizar un video de los lugares turísticos				

Cámara fotográfica	1	unidad	\$ 350,00	\$ 350,00
Filmadora	1	unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
Realizar una imagen turística				
Diseñador gráfico	1	persona	\$ 366,00	\$ 366,00
Utilizar redes sociales				
Internet	1	unidad	\$ 200,00	\$ 200,00
Crear stand turístico				
Stand	1	unidad	\$ 2500,00	\$ 2500,00
Promocionar la imagen turística				
Llaveros acrílicos	100	unidades	\$3,00	\$ 300,00
Gorras	100	unidades	\$ 7,00	\$ 700,00
Camisetas	100	unidades	\$ 10,00	\$ 1000,00
Convenio con el ministerio de turismo				
Señaléticas de la ubicación de los lugares turísticos	4	unidades	\$ 50,00	\$ 200,00
Señalética de prohibición	16	unidades	\$ 40,00	\$ 640,00
Convenios interinstitucionales				
Carpas 4x8 metros (alquiler)	3	unidad	\$ 80,00	\$ 240,00
Mesas (alquiler)	8	unidad	\$ 10,00	\$ 80,00
Sillas (alquiler)	20	unidad	\$ 1,00	\$ 20,00
Manteles (alquiler)	8	unidad	\$ 1,00	\$ 8,00
Amplificación	1	unidad	\$ 150	\$ 150
Áreas de descanso				
Mesa de madera	50	unidad	\$ 30,00	\$ 1500

Sillas de madera	100	unidad	\$ 20,00	\$ 2000
Casa de madera área pequeña 22mx2	1	unidad	\$ 750,00	\$ 750,00
Juegos para áreas infantiles	1	unidad	\$ 1800,00	\$ 1800,00
Cuña publicitaria				
Radio color Stereo por tres meses	2 propagandas al día	Frecuencia	\$ 800,00	\$ 800,00
Radio latina por tres meses	2 propagandas al día	Frecuencia	\$ 800,00	\$ 800,00
Sub Total				\$ 24551,00
14%				\$ 3437,14
TOTAL				\$ 27988,14

Elaborado por: Grupo de investigadores

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1 Conclusiones

- El diagnóstico situacional en el proyecto sirvió como una guía en la investigación porque ayudó a conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tienen los diferentes lugares turísticos.
- La metodología utilizada fue el método inductivo que nos permitió observar y analizar en qué estado se encuentran cada uno de los lugares turísticos con la finalidad de tomar decisiones e implementar nuevas estrategias para el desarrollo del mismo.
- La elaboración de las estrategias de marketing ayudó a promover los lugares turísticos como una opción predilecta para los turistas, permitiendo de esta manera que el sector y sus pobladores se beneficien de la actividad turística.

14.2 Recomendaciones

- Exigir a las autoridades de la parroquia Mulaló que apoyen con la ejecución de los proyectos para que se logren alcanzar la propuesta establecidas en el proyecto.
- Trabajar en conjunto autoridades y pobladores para que juntos puedan impulsar al desarrollo tanto social como económico de los sectores turísticos de la parroquia Mulaló.
- Se debe tomar en cuenta cada uno de los análisis realizados en la investigación, pues los mismos indican como se debe aplicar y de esta manera no existirán problemas o algún obstáculo al momento de poner en acción las estrategias.

15. BIBLIOGRAFÍA

- American, M.(2008). Definición de mercadotecnia. Recuperado de
<http://www.gustavoguerrero.me/2008/01/nueva-definicion-de-mercadotecnia-de-la.html>
- Andrade, S. (2005). estrategia corporativa. Retrieved from
<http://andrader0.tripod.com/docs/paradigmas/estrategiacorpo.pdf>
- Burke, E. (2006). Estrategia, Organizacion y Negocios. Retrieved from
<https://www.inf.utfsm.cl/~lhevia/asignaturas/sdeg/topicos/Gestion/cap1pdf.pdf>
- Cuervo, G. (2003). Formulacion Estrategica. Retrieved from
<http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-3.pdf>
- Fred, R. (2003). Conceptos de Administracion Estrategica. Mexico: Mexicana.
- Goodall, B., & Ashwort, G. J. (2005). Marketing y Turismo. Mexico: Pearson.
- Grant, R. (2001). Estrategias Genericas Competitivas. Retrieved from
<http://ciberconta.unizar.es/leccion/egc/estrategiasgen.pdf>
- Hair, C. y. (2011). Comercio y Marketing. En LERMA, *Comercio Y Marketing* (4ta ed. ed., pág. 3).
- Huayon, D. (2000). Turismo en el nuevo Milenio. peru: Pearson.
- Kotler, P. (2001). Direccion Estrategica. En P. Kotler, *Direccion Estrategica* (Octava Edicion ed., pág. 7).
- Philip, K. (2005). Fundamentos de Mercadotecnia. México: Pearson.
- Ramirez,C.(2006). Marketing Turistico; primera edición; Editorial Trillas; Mexico,p.52
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). Fundamentos del marketing. México: Pearson.
- Thompson, I. (2010). *MarketingIntensivo*. Retrieved from
<http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>

16. ANEXOS

Anexo 1: Hoja de vida

HOJA DE VIDA

DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Almache Tapia Jessica Estefanía

Fecha de nacimiento: 08 de Enero de 1994

Edad: 22

Sexo: Femenino

Lugar de Nacimiento: Mulaló

Estado civil: Soltera

Dirección: Latacunga, Mulaló, Barrio San Ramón

Celular: 0984874962

Correo electrónico: estefanijess@gmail.com

DATOS ACADÉMICOS

Primaria: Escuela Fiscal Mixta “Cuenca”

Secundaria: Colegio Nacional Técnico “Dr. Camilo Gallegos Domínguez”

Título de Bachiller en: Bachiller técnico en Comercio y Administración Especialización Comercialización y Ventas

Superior: Universidad Técnica de Cotopaxi



DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Gualpa Almachi Liliana Elizabeth

Fecha de nacimiento: 25 de Septiembre de 1993

Edad: 22

Sexo: Femenino

Lugar de Nacimiento: Guaytacama

Estado civil: Unión Libre

Dirección: Latacunga, Guaytacama, Barrio San Sebastián

Teléfono: 032690604

Celular: 0979263864

Correo electrónico: lilianagualpa@hotmail.com

DATOS ACADÉMICOS

Primaria: Escuela Eugenio Espejo – Diez de Agosto

Secundaria: Colegio Nacional Técnico “Dr. Camilo Gallegos Domínguez”

Título de Bachiller en: Bachiller técnico en Comercio y Administración Especialización Comercialización y Ventas

Superior: Universidad Técnica de Cotopaxi



DATOS ACADÉMICOS

Primaria: Escuela Eugenio Espejo – Diez de Agosto

Secundaria: Colegio Nacional Técnico “Dr. Camilo Gallegos Domínguez”

Título de Bachiller en: Bachiller técnico en Comercio y Administración Especialización Comercialización y Ventas

Superior: Universidad Técnica de Cotopaxi

Anexo N° 1 Hoja de vida del tutor

DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Borja Brazales Yadira Paola

Fecha de nacimiento: 18 de Diciembre de 1982

Edad: 34

Sexo: Femenino

Lugar de Nacimiento: Latacunga

Estado civil: Casada

Dirección: Latacunga, Eloy Alfaro

Teléfono: 32270229

Celular: 987073579

Correo electrónico: yadira.borja@utc.edu.ec

TITULO OBTENIDO

Ingeniera Comercial

Diploma superior en didáctica de la educación superior

Diploma superior en gestión del talento humano

Magister en Administración de empresas mención planeación

Anexo 2: Entrevista

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
Faculta de Ciencias Administrativas
Carrera de Ingeniería Comercial

Entrevista dirigida al Sr. Mario Rocha, presidente de la Junta Parroquial de Mulaló.

Objetivo

- Obtener información relevante acerca de la situación turística de la Parroquia Mulaló.

Cuestionario

1. ¿Considera que la parroquia Mulaló cuenta con un alto potencial de lugares turístico?

2. ¿Cuáles son las principales limitaciones para el desarrollo de la actividad turística en la parroquia?

3. ¿Cuál es el impacto del turismo en las fechas de relevancia como las fiestas parroquiales, locales y religiosas?

4. ¿Cuál es la aportación como autoridades que han dado a los emprendimientos turísticos dentro de la parroquia?

5. ¿Han desarrollado actividades promocionales para los atractivos de manera habitual y a través de qué medios lo hacen?

.....
.....

6. ¿Dentro del Plan de Desarrollo Parroquial qué importancia se da al turismo en la misma?

.....
.....

7. ¿Las autoridades estarían dispuestos a invertir para mejorar los lugares turísticos que tiene la parroquia?

.....
.....

8. En qué medida considera usted que la amenaza volcánica del Cotopaxi limita el desarrollo turístico de la parroquia.

.....
.....

Anexo 3: Encuesta**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****Faculta de Ciencias Administrativas****Carrera de Ingeniería Comercial****ENCUESTA**

1.- ¿Conoce usted los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló

Si

No

2.- ¿Cree que la aplicación de estrategias de marketing impulsarán al desarrollo turístico de la parroquia Mulaló?

Si

No

3.- ¿Cree usted que la promoción y la publicidad ayude a fomentar el turismo en la parroquia Mulaló?

Si

No

4. ¿Por qué medios de comunicación conoce los lugares turísticos?

Radio

Televisión

Internet

Revista

Prensa

5. ¿Elija uno de los lugares turísticos que ha visitado de la parroquia Mulaló?

Piedra Chilintosa

Cañón de San Diego

Piedra Santa Bárbara

Cerro Morurco

Hacienda Barrancas

Hacienda San Agustín de Callo

Hacienda Tambo Mulaló

Cerro el Morro	<input type="checkbox"/>
Cueva Iglesia Guayco	<input type="checkbox"/>
Volcán Cotopaxi	<input type="checkbox"/>
Manantiales del Cotopaxi	<input type="checkbox"/>
Cerro Callo	<input type="checkbox"/>
Laguna Limpiopungo	<input type="checkbox"/>
Páramo Jitío	<input type="checkbox"/>
Parque Nacional Cotopaxi	<input type="checkbox"/>
Área Nacional de Recreación el Boliche	<input type="checkbox"/>

6.- ¿Con que frecuencia visita usted los lugares turísticos de la parroquia Mulaló?

Semanal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>
Anual	<input type="checkbox"/>

7-Usted cuando visita un lugar turístico con cuantas personas se dirige?

1 – 2	<input type="checkbox"/>
3 - 4	<input type="checkbox"/>
5 – 6	<input type="checkbox"/>
7 a más	<input type="checkbox"/>

8.- ¿Cuál es el costo promedio que usted realiza en las visitas de algún lugar turístico?

25-50\$	<input type="checkbox"/>
60-80\$	<input type="checkbox"/>
90-110\$	<input type="checkbox"/>
120-140\$	<input type="checkbox"/>
150-180\$	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Por cuál de las siguientes razones usted visitaría los lugares turísticos de la parroquia Mulaló?

Deportes de aventura	<input type="checkbox"/>
Fiestas populares	<input type="checkbox"/>
Familia, amigos	<input type="checkbox"/>
Distracción	<input type="checkbox"/>

10.- ¿De las siguientes opciones escoja una prioridad a la hora de elegir un lugar turístico?

- Tranquilidad
- Conocer sitios nuevos
- Comodidad
- Clima
- Dinero

11.- ¿Qué servicios cree usted que serían necesarios que se implementen en la parroquia Mulaló?

- Hospedaje
- Transporte
- Alimentación
- Tienda de recuerdos
- Guía turística

12.- ¿Cómo conoció de los lugares turísticos que tiene la parroquia Mulaló?

- Por Publicidad
- Amistades
- Agencias de viaje

13.- ¿Qué considera usted que se debería mejorar en este sitio turístico?

- Infraestructura
- Señalización
- Información turística
- Seguridad
- Guías turísticos

Anexo 4: Ficha de observación



FICHA DE OBSERVACION

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad de Ciencias Administrativas

OBJETIVO: Observar si los lugares turísticos de la parroquia Mulaló cuentan con estrategias de marketing que les permita llamar la atención de los turistas,

TECNICA: Observación

INSTRUMENTO: Ficha

	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
Señalización de los lugares					
Acceso a los lugares turísticos					
Infraestructura de los lugares turísticos.					
Conocimiento de los habitantes de los lugares turísticos					
Estrategias de promoción y mejora de lugares turísticos					
Información turística					

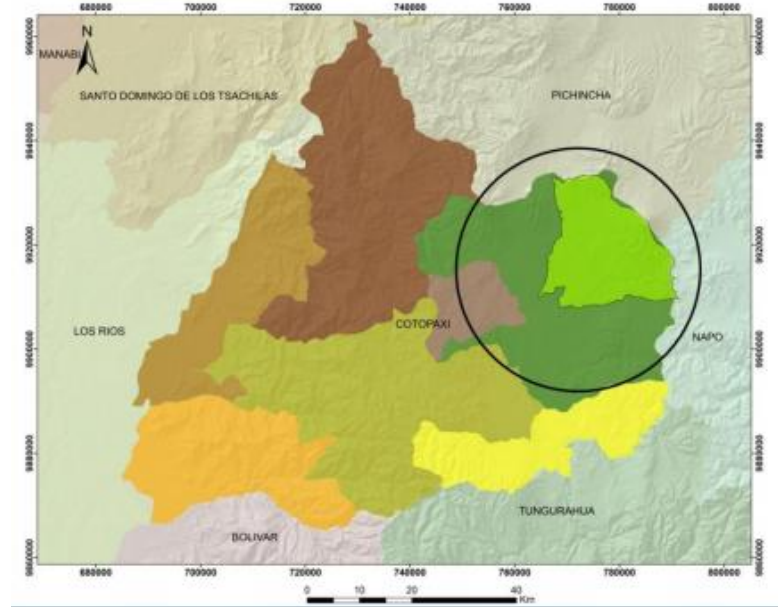
Observaciones:

.....

.....

.....

Anexo 5: Mapa de ubicación de la Parroquia Mulaló.



Fuente: Instituto Geográfico Militar

Anexo 6: Entrevista Llena

ENTREVISTA

Entrevista dirigida al Sr. Mario Rocha, presidente de la Junta Parroquial de Mulaló.

Objetivo

- Obtener información relevante acerca de la situación turística de la Parroquia Mulaló.

Cuestionario

1.- ¿Considera que la parroquia Mulaló cuenta con un alto potencial de lugares turístico?

Mulaló es una de las parroquias que goza con más atractivo turísticos siendo uno de ellos el mayor el volcán Cotopaxi y los demás lugares turístico, el Rancho María no se explota su belleza natural, debido a que el mismo se encuentra en un sector de alto riesgo y el ingreso al mismo está restringido.

2.- ¿Cuáles son las principales limitaciones para el desarrollo de la actividad turística en la parroquia?

La primera dificultad es la falta de organización por parte de los pobladores donde se encuentran los atractivos turísticos, otra limitación es falta de participación de los gobiernos locales como el municipio y el consejo provincial están facultados en desarrollar las actividades productivas y aportar con recursos para el desarrollo turístico, así como también en el tema de construcciones de infraestructura turística e formación de guías turísticos comunitarios, el tema de manipulación de alimentos y atención al cliente que son la base fundamental para el desarrollo turístico.

3.- ¿Cuál es el impacto del turismo en las fechas de relevancia como las fiestas parroquiales, locales y religiosas?

Se ha realizado campañas de difusión, a través del diario la gaceta y el diario electrónico Cotopaxi noticias medios electrónicos por los cuales ha generado que haya una presencia de más o menos unos 10800 personas en las fiestas de la Parroquia Mulaló.

4.- ¿Cuál es el aporte como autoridades que han dado a los emprendimientos turísticos dentro de la parroquia?

Dentro del Gobierno Parroquial el tema de fortalecer el tema de los proyectos de agua de regadío que dan una pauta para el turismo comunitario donde los turistas puedan practicar las actividades agrícolas, se ha mejorado las vías principales.

5.- ¿Han desarrollado actividades promocionales para los atractivos de manera habitual y a través de qué medios lo hacen?

El GAD de Mulaló ha realizado un recorrido por todos los atractivos de la parroquia para que sean expuestos a través de la dirección de turismo del GAD Parroquial, conjuntamente ministerio de turismo, las estrategias que han utilizado para dar a conocer los atractivos turísticos son afiches.

6.- ¿Dentro del Plan de Desarrollo Parroquial qué importancia se da al turismo en la misma?

Considerando que uno de los puntos estratégicos para desarrollar el turismo comunitario es mejoramiento los servicios básicos como el alcantarillado, agua saludable con la planta de tratamiento que se implementara en los sector 5 barrios, realizar una empresa de prendas de vestir, fábrica de chocolate, mejora la agricultura, implementar la presentación y cosecha de la quinua, crear un plan turístico parroquial.

7.- ¿Las autoridades estarían dispuestos a invertir para mejorar los lugares turísticos que tiene la parroquia?

La piedra Chilintosa se está realizando el proceso para la declaración de uso público para poder realizar la inversión, pues la misma está ubicada en lugares privados, es una de las cuestiones por las que no permiten hacer ingresos de recursos públicos.

Una vez realizado se realizara la inversión de cada sector turístico, dentro la política de la institución está el de realizar el plan turística Parroquial, para que se ha puesto a nivel cantonal provincial e insertado dentro de las cadenas turísticas a nivel nacional e internacional.

8.- ¿En qué medida considera usted que la amenaza volcánica del Cotopaxi limita el desarrollo turístico de la parroquia?

Hubo alrededor de 2500 personas que ingresaron al cono volcánico para conocer cómo se está desarrollando la erupción, la Parroquia de Mulaló se dio a conocer a nivel mundial por el motivo de la erupción del volcán esta es una de las ventajas que dio la activación del volcán por esta razón es que se planifica elaborar e implementar un plan turístico.