CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTÍCA Y HOTELERA

DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL DE LA PARROQUIA POALÓ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera

AUTOR: LUIS ADRIAN CAGUANA CARLOSAMA

DIRECTOR: Sylvia Alejandra Mera Constante

Quito, octubre 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 26 de Noviembre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **CAGUANA CARLOSAMA LUIS ADRIAN**, de la carrera de **Administración Turística y Hotelera**, cuyo tema de investigación fue: **DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL DE LA PARROQUIA POALÓ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR,** una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Lcda. Sylvia Mera
Tutor de Proyecto

"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Adm. Turística y Hotelera

Lcda. Marlene Andrade
Delegado Unidad de Titulación

Ing. Patricio Acuña
Lector de Proyecto

"CORDILLERA"

MSc. Carlos Guijarro
Director de Carrera

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Luis Adrian Caguana Carlosama**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Luis Adrian Caguana Carlosama
C.C: 1751440510

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Luis Adrian Caguana Carlosama alumno de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

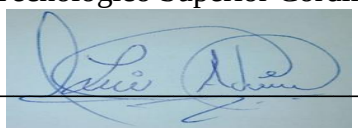


Luis Adrian Caguana Carlosama

C.C: 1751440510

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Luis Adrian Caguana Carlosama portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1751440510 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigaciones tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado Diseño de una revista turística promocional, parroquia de Poaló, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, con el objetivo de dar a conocer la cultura y tradición del lugar…con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA 

NOMBRE Luis Adrian Caguana Carlosama

CEDULA 175144051-0

Quito, a los 23 días de octubre de 2018

AGRADECIMIENTO

A mis padres por ser el pilar fundamental en mi formación, tanto académica, como de vida, por su incondicional apoyo a través del tiempo, todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

DEDICATORIA

A Dios por guiarme y darme la oportunidad de llegar hasta este punto.

Dedico el presente proyecto a mi madre, Mónica Carlosama, quien es un pilar fundamental en mí formación, ejemplo de perseverancia y constancia, por su apoyo incondicional en cada triunfo y derrota, a mis hermanas, Scarlet Ilucion y Odalis Sarahí , por ser mi motor de vida, les dedico todo mi esfuerzo.

A aquellas personas, familia y amigos que confían y creen en mí.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA....ii
CESIÓN DE DERECHOS....iii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL....iv
AGRADECIMIENTO....v
DEDICATORIA....vi
ÍNDICE DE TABLAS....x
ÍNDICE DE FIGURAS....xii
ÍNDICE DE ANEXOS....xiv
RESUMEN EJECUTIVO....xv
ABSTRACT....xvi
INTRODUCCION....xvii
CAPÍTULO I....1
1.00 Antecedentes....1
1.01 Contexto....3
1.01.01 Macro....3
01.01.02 Meso....4
01.01.03 Micro....6
1.02 Justificación....6
1.03 Definición del problema....7
1.03.01 ¿Qué es una Matriz?....8
CAPÍTULO II....11
2.00 Análisis de involucrados....11
2.01 Mapeo de involucrados....11
2.02 Matriz de análisis de involucrados....13

CAPÍTULO III 21
3.00 Problemas y Objetivos 21
3.01 Árbol de problemas 21
3.02 Árbol de objetivos 22
CAPÍTULO IV 23
4.00 Análisis de alternativas 23
4.01 Matriz de análisis de alternativas 23
4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos 26
4.03 Diagramas de estratégias 28
4.04 Matriz de Marco lógico 29
CAPÍTULO V 32
5.01 Propuesta 32
5.01.02 Investigación de mercado 42
5.01.03 Población y muestra 43
5.01.04 Instrumentos de mercado 45
5.01.05 Análisis de la información 49
5.02 Descripción de la herramienta o metodología que se propone 61
5.02.01 Diseño de la revista 62
5.02.02 Descripción del contenido de la revista 65
5.02.03 Material promocional 74
5.02.04 Levantamiento de atractivos 75
5.03 Aplicación de la propuesta 87
CAPÍTULO VI 121
6.0 Aspectos Administrativos 121
6.01 Recursos 121
CAPÍTULO VII 125

7.00 Conclusiones y recomendaciones 125

7.01 Conclusiones 125

7.02 Recomendaciones 126

ANEXOS 127

Referencias Bibliográficas 139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Escalas....8
Tabla 2: Matriz de Análisis T 9
Tabla 3: Mapeo de involucrados....12
Tabla 4: Matriz de análisis de involucrados....13
Tabla 5: Categorías 23
Tabla 6: Tabla de objeivos....24
Tabla 7: Matriz de análisis de impactos de objetivos 26
Tabla 8: Marco lógico 29
Tabla 9: Planta hotelera de Latacunga 39
Tabla 10: Restaurantes Latacunga 39
Tabla 11: Centros de entretenimiento 40
Tabla 12: FODA....41
Tabla 13: Género....49
Tabla 14: Edad 50
Tabla 15: Pregunta N°1....51
Tabla 16: Pregunta N°2....52
Tabla 17: Pregunta 3 53
Tabla 18: Pregunta N°4....54
Tabla 19: Pregunta N°5....55
Tabla 20: Pregunta N°6....56
Tabla 21: Pregunta N°7....57
Tabla 22: Pregunta N°8....58
Tabla 23: Pregunta N°9....59
Tabla 24: Pregunta N°10....60
Tabla 25: Ficha de clasificación de atractivos 75
Tabla 26: Ficha de clasificación de atractivos 77
Tabla 27: Ficha de clasificación de atractivos 80
Tabla 28: Ficha de clasificación de atractivos 83
Tabla 29: Ficha núcleo....86
Tabla 30: Estilos....89

Tabla 31: Recursos.....121
Tabla 32: Presupuesto de elaboración de la propuesta.....122
Tabla 33: Presupuesto de aplicación de la propuesta.....123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapeo de involucrados....11
Figura 2: Árbol de problemas 21
Figura 3: Árbol de objetivos 22
Figura 4: Diagrama de estrategias....28
Figura 5: Tabla INEC....43
Figura 6: Género 49
Figura 7: Edad....50
Figura 8: Pregunta N°1 51
Figura 9: Pregunta N°2 52
Figura 10: Pregunta N°3 53
Figura 11: Pregunta N°4 54
Figura 12: Pregunta N°5 55
Figura 13: Pregunta N°6 56
Figura 14: Pregunta N°7 57
Figura 15: Pregunta N°8 58
Figura 16: Pregunta N°9 59
Figura 17: Pregunta N°10 60
Figura 18 Páginas master o retículas....90
Figura 19: Logotipo 90
Figura 20: Slogan....91
Figura 21: Portada....92
Figura 22: Contraportada 93
Figura 23: Maquetación 94
Figura 24: Maquetación 95
Figura 25: Maquetación 96
Figura 26: Maquetación 97
Figura 27: Maquetación 98
Figura 28: Maquetación 99

Figura 29 Maquetación 100
Figura 30 Maquetación 101
Figura 31 Maquetación 102
Figura 32 Maquetación 103
Figura 33 Maquetación 104
Figura 34 Maquetación 105
Figura 35 Maquetación 106
Figura 36 Maquetación 107
Figura 37 Maquetación 108
Figura 38 Maquetación 109
Figura 39 Maquetación 110
Figura 40 Maquetación 111
Figura 41 Maquetación 112
Figura 42 Maquetación 113
Figura 43 Maquetación 114
Figura 44 Maquetación 115
Figura 45 Maquetación 116
Figura 46 Maquetación 117
Figura 47 Maquetación 118
Figura 48: Página de twitter 119
Figura 49: Página de facebook 119
Figura 50: Página de Instagram 120
Figura 51: Correo Electrónico 120
Figura 52: Cronograma 124

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Facturas y proformas 128
Anexo 2: Facturas y proformas 129
Anexo 3: Facturas y proformas 130
Anexo 4: Validación de encuestas 131
Anexo 5: Encuesta llena 1 132
Anexo 6: Encuesta llena 2 133
Anexo 7: Encuesta llena 3 134
Anexo 8: Encuesta llena 4 135
Anexo 9: Encuesta llena 5 136
Anexo 10: Encuesta llena 6..... 137
Anexo 11: Carta de aval 138

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación sobre la elaboración de una revista turística promocional, que se llevará a cabo en la hacienda de Tilipulo, ubicado en la parroquia Poaló, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi con el objetivo de brindar una herramienta a la hacienda para potenciar el turismo en este lugar.

Se realizará una investigación directa de la hacienda y del cantón para verificar las falencias que existe con este lugar, el principal problema que identifico es la falta de promoción turística en el cantón.

Con los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica para lograr los objetivos planteados y dar solución a los problemas que se han encontrado a lo largo de esta investigación.

Mediante el uso de técnicas de investigación como son: la observación directa, las encuestas, se determinará y enfocará los puntos críticos por los que se inició esta revista de promoción turística de la hacienda Tilipulo.

La gastronomía en la actualidad es un factor clave en la industria del turismo, volviendo competitiva a cualquier empresa por lo cual se expondrá en la revista la gastronomía típica del cantón.

Actualmente las empresas líderes hoteleras ecuatorianas se basan en varios puntos y una de ellas es la gestión de calidad, la cual marca el norte de la demanda turística, destacando a unas empresas más que otras.

El diseño final de la revista de promoción turística para la hacienda Tilupulo, servirá para apoyar el desarrollo y potenciar el turismo en este lugar, para convertirse en un destino turístico reconocido.

ABSTRACT

The present research project on the elaboration of a promotional tourism magazine, which will be carried out in the Tilipulo farm, located in the Poaló parish, canton Latacunga, Cotopaxi province with the objective of providing a tool to the hacienda to enhance the tourism in this place.

There will be a direct investigation of the hacienda and the canton to verify the flaws that exist with this place, the main problem that I identify is the lack of tourism promotion in the canton.

With the knowledge that I have been acquiring throughout my academic training we can achieve the objectives set and solve the problems that have been found throughout this investigation.

Through the use of research techniques such as direct observation, interviews and surveys, it will be possible to determine and focus on the critical points of this tourism promotion magazine of the Tilipulo farm.

Gastronomy today is a key factor in the tourism industry, making it competitive to any company for which the typical gastronomy of the canton will be exposed in the magazine. Currently the leading hotel companies in Ecuador are based on several points and one of them is quality management, which marks the north of the tourist demand, highlighting some companies more than others.

The final design of the tourist promotion magazine for the Tilupulo farm, will serve to support the development and enhance tourism in this place, to become a recognized tourist place.

INTRODUCCION

En el Cantón Latacunga se puede encontrar varios lugares turísticos, dedicados a exponer la cultura y costumbres del sector, uno de ellos es la Hacienda Tilipulo, que hace mucho tiempo abrió las puertas al público, habiendo dificultades para darse a conocer, con este proyecto planeo solucionar dicho problema y así cumplir con las expectativas de los turistas y potenciar este lugar.

El principal problema es la falta de promoción turística del lugar.

El proyecto se centra en promocionar a la hacienda Tilipulo para que de esta manera se pueda dar a conocer como un atractivo, se expondrá cada sala y la historia que reposa en esta hacienda y así pueda seguir superando sus expectativas.

A lo largo de la aplicación del proyecto se notará que la hacienda posee grandes riquezas culturales e históricas que se pueden potenciar de gran manera, también podrá ir creciendo el índice de turistas de gran manera.

Se espera alcanzar varios objetivos con la aplicación de la presente propuesta ya que la hacienda Tilupulo cuenta con muchos factores para ser conocida y visitada.

CAPÍTULO I

1.00 Antecedentes.

Diseño de una revista turística promocional, parroquia Poaló, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, con el objetivo de dar a conocer la cultura del lugar.

Tema: Estrategias para el fortalecimiento del turismo cultural en la parroquia de Poaló (Hacienda Tilipulo), cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Autor: GAD PARROQUIAL RURAL DE LATACUNGA

Año: 2015

Conclusión: Este proyecto es de suma importancia para el desarrollo de la investigación, ya que aporta información sobre la parroquia de Poaló, referente al turismo, costumbres, tradiciones y gastronomía.

Tema: Teoría y desarrollo del turismo en el Ecuador

Autor: Aníbal Gonzalo Fuentes Moreno

Año: 2013

Conclusión: Este libro habla de cómo se ha ido desarrollando el turismo en el Ecuador con el paso del tiempo por lo cual ayuda a conocer de una manera más profunda la historia del turismo en el Ecuador.

Tema: Turismo y nuevas tecnologías

Autor: Organización mundial del turismo

Año: 2014

Conclusión: Este libro está enfocado en dar a conocer algo más actual, las tecnologías que de momento están impulsando al turismo como tal de esta manera ver el desarrollo continuo y las mejoras que tendrá el turismo día con día.

Tema: Turismo Activad Mundial

Autor: Oscar de la Torre

Año: 2012

Conclusión: Este libro será de gran ayuda por que explica paso a paso a paso cómo funciona el turismo y como saber aprovecharlo, también indica de una manera detallada cómo se desarrolla la actividad turística y cuáles serían las estrategias adecuadas para obtener buenos resultados.

Tema: El negocio del turismo

Autor: Francisco Manuel Zamorano Cosal

Año: 2012

Conclusión: En este libro aporta al estudio porque habla de lo que es el turismo y su importancia dentro del mismo, del impacto y de los beneficios que tiene ante la sociedad.

Tema: Proyecto de creación, diseño y lanzamiento, de una revista turística autofinanciada para la ciudad de Guayaquil.

Autor: Catalina Gutiérrez

Año: 2009

Conclusión: El proyecto escogido es de gran aporte para la investigación ya se encuentra de una forma detallada los pasos para diseñar la revista y la información requerida para el contenido de la misma.

1.01 Contexto

1.01.01 Macro

Ecuador es un país con grandes escenarios y de naturaleza realmente increíble, de diversas culturas y de varias costumbres y tradiciones. Ubicado al noreste de Sudamérica, Ecuador cuenta con tesoros naturales como las Islas Galápagos, la exótica selva amazónica y majestuosos volcanes como el Chimborazo y el Cotopaxi. Es uno de los países con mayor biodiversidad. Visitar el Ecuador es conocer una gran historia y cultura viva. Es un destino turístico para cualquier tipo de personas con una gran diversidad, gastronomía, arte, entre otros. (Tobon, 2014, pág. 1)

El actual gobierno ecuatoriano optó por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional dado que contribuye sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y, sobre todo, a generar nuevos empleos. (CEPAL, 2018)

En el ecuador contamos con 21 revistas de varios tipo tales como moda, farándula, informativas, gastronómicas, turísticas, entre otras. Entre las revistas más conocidas tenemos, BG magazine una revista turística donde se expone mucho sobre la ciudad de Cuenca referente a su historia, gastronomía, y sus lugares turísticos, la

revista Ecuador infinito, la cual expone paisajes, y cultura del ecuador, revista avance de Cuenca la cual expone semana a semana, portadas, reportajes, paisajes y gastronomía de todo el Ecuador, estas revistas ya mencionadas se distribuyen alrededor de todo el país y son de gran ayuda para la promoción turística de diferentes zonas.

01.01.02 Meso

La provincia de Cotopaxi es una de las 24 provincias del Ecuador, localizada en la región sierra del país al centro norte, a una distancia de 192km de la ciudad de Quito a 3H10Min, la provincia toma el nombre del volcán más grande e importante de su territorio, posee 7 cantones, tiene una gran población indígena que se dedican a la agricultura y ganadería. (Ecuale, 2010)

Poaló era parte de las grandes haciendas de la sierra centro, en la actualidad varias de estas haciendas se han repartido en pequeñas partes las mismas que hora sirven para el cultivo de brócoli, producción de leche y también producen flores para exportación, entre estas están la “hacienda la Compañía” con 100 hectáreas propiedad de EXPLOCEM, y la “hacienda de Tilipulo” y “la Roja” con 40 hectáreas, antes de llegar a Poaló podemos observar la iglesia y la casa de la “hacienda de Tilipulo” lugar turístico que hasta en la actualidad se busca potencializar. (Gobierno Autonomo Desentralizado Parroquia rural de San Jose de Poalo , 2014)

Los transportes que se dirigen a Latacunga son cooperativa de transporte Ciro, Cotopaxi, Eloy Alfaro, Latacunga, rivera del Cutuchi.

Los lugares culturales de Latacunga son: Centro Histórico de Latacunga, Fiestas de la Mama Negra, Iglesia de San Agustín, Iglesia de San Francisco, Iglesia de San

Sebastián, Iglesia de Santo Domingo, Iglesia del Salto, Iglesia La Merced, La Catedral, Molinos de Monserrat, Parque Recreacional Náutico, Parque Vicente León, Pucará del Salitre, Santuario de Cuicuno, Hacienda de Tilipulo y Casa de los Marqueses de Miraflores. (viajandox, 2018)

"Los sitios naturales de Latacunga son: Parque Nacional Cotopaxi, Volcán Cotopaxi, Área de Recreación El Boliche, Cerro Putzalahua, Laguna de Limpiopungo, entre otros. (viajandox, 2018)

Latacunga la capital de la provincia de Cotopaxi se la conoce por su fiesta mestiza de la Mama Negra. Sin embargo, Latacunga no es solo la Mama Negra, ya que cuenta con varios atractivos turísticos como: las iglesias del Salto, la Catedral y San Francisco que muestran la belleza del arte religioso; el parque náutico donde aún es posible escuchar gorriones y admirar colibríes, y el parque Vicente León. (sanjosedepoalo.gob.ec, 2014)

Al caminar por sus calles estrechas y empedradas, se entiende que fue fundada sobre un tambo inca y uno de los posibles significados de su nombre es "Llacta cunani", que significa "les doy hogar". Latacunga fue parte de la historia libertaria, pues apoyó la gesta guayaquileña del 9 de octubre de 1820. Fue un punto de descanso de los próceres que iban de Quito a Guayaquil. (viajandox, 2018)

Hay tres revistas que han enfocado su atención en la provincia de Cotopaxi para exponer su historia y gastronomía, las revistas cuentan con un mayor porcentaje de fotografías, imágenes, figuras, y un porcentaje de información escrita, con alrededor de 15 a 20 paginas sin contar la portada, estas revistas son, Xona.ec que publicó un artículo de las fiestas populares de la provincia las cuales se realizan en

Latacunga, la revista Chulla Vida la cual publico la gastronomía típica del lugar, la revista Generación 21 la cual años tras año le brinda un espacio a la fiesta popular de la mama negra. (UTC Ciencias, 2018)

01.01.03 Micro

En la parroquia de Poaló, cantón Latacunga no se ha registrado ninguna revista que resalte sus atractivos turísticos o busque promocionarlos como tal, la parroquia cuenta con foto libros no expuestos y folletos informativos.

El fin del proyecto es promocionar a la parroquia Poaló, destacando sus atractivos, enfocando en promocionar la hacienda Tilipulo ya que no cuenta con publicidad ni estrategias, el diseño de la revista ofrecerá información acerca de, historia, gastronomía, atractivos de la parroquia, costumbres y tradiciones, de esta manera el turista podrá informarse de manera adecuada antes de visitar el lugar.

1.02 Justificación

La parroquia tiene como superficie 81 km2, con un clima que varía de 9 a 18°C, aunque su temperatura varía dependiendo de los meses, esta parroquia se dedica a la ganadería, agricultura, forestación y microempresas, su vestimenta varia en la actualidad, aun que aun usan sombreros y ponchos de lana de oveja de color rojo, usan pantalones y camisas de distintos colores con zapatillas deportivas, Poaló formaba parte de las grandes haciendas de la sierra centro, misma que después dio origen a pequeñas haciendas que en la actualidad son usadas para la actividad agrícola, en la parroquia encontramos la iglesia y casa de la hacienda Tilipulo lugar que sirvió como descanso y aprovisionamiento para las tropas libertarias.

El problema que existe en la parroquia Poaló, es la escasa publicidad de los distintos atractivos de la zona, ya que no hay información general de la historia, gastronomía, costumbres y tradiciones, atractivos del lugar, es por esto que los turistas que visitan el lugar no tienen mayor conocimiento de lo que la parroquia les puede ofrecer.

Con estos antecedentes se ve la necesidad de diseñar una revista turística promocional de la parroquia Poaló, con el objetivo de dar a conocer la historia, gastronomía, atractivos de la parroquia, costumbres y tradiciones, ya que el GAD del lugar busca potencializar este lugar.

Esta investigación beneficiará directamente a la parroquia Poaló, y a la hacienda Tilipulo, ya que se busca potencializar la zona, sin embargo esto también incrementará la economía ya que por medio de la revista el lugar se va a dar a conocer, mientras mayor visita de turistas mayores serán los ingresos a los negocios del sector.

1.03 Definición del problema

La definición de problema consiste en estructurar de una manera más formal la idea de la investigación esto depende de cuan familiarizado está el investigador con el tema a tratar, ya que un problema correctamente planteado nos llevara a un problema automáticamente resulto, es decir, mientras más clara sea la idea tendremos más posibilidades de obtener una solución inmediata, el problema de la investigación es el detonante de cualquier indagación es lo que nos lleva a realizar una investigación científica por lo cual decimos que no hay investigación sin

problema el mismo que es el que se busca averiguar y darle una solución. (Hernández, 2007, pág. 8)

1.03.01 ¿Qué es una Matriz?

La matriz T es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos cuyo propósito es brindar la estructura al proceso de planificación y comunicar información esencial relativa al proyecto. Es una planilla que contiene el resumen del proyecto la misma que tendrá cuatro filas y cuatro columnas la misma que contendrá las celdas necesarias y las hojas necesarias para el resumen de la investigación. Se modifica y mejora repetidas durante la ejecución del proyecto. (BANCO MUNDIAL, 2014)

Tabla 1: *Escalas*

1	**Bajo**
2	Medio bajo
3	Medio
4	Medio alto
5	Alto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En esta tabla se detallan las escalas que se utilizarán, la cual 1 representa bajo, 2 medio bajo, 3 medio, 4 medio alto y 5 representa alto para calificar el cuadro de la matriz T.

Tabla 2: *Matriz de Análisis T*

Problema Agravado	Problema Central				Problema Resuelto
Desconocimientos de los atractivos.	Limitada publicidad de los distintos atractivos de la zona, ya que no hay información general de la gastronomía, cultura, tradiciones e historia.				Potenciar y promocionar los atractivos mediante una revista de promoción turística.
Fuerzas Impulsadoras	I	P. C.	I	P. C.	Fuerzas Bloqueadoras
Contar con la colaboración del GAD parroquial de Poalo.	2	4	4	2	Desinterés del GAD parroquial de Poalo.
Incentivar el turismo en la parroquia a través de la revista de promoción turística.	2	5	3	1	La revista de promoción turística no tenga la aceptación esperada.
Incentivar el interés por parte de los habitantes del cantón.	3	5	5	3	Insuficiente interés de los habitantes del Cantón.
Investigar y recopilar la información necesaria sobre la historia, costumbres y tradiciones del lugar.	1	3	3	2	Inexistencia de información sobre historia, costumbres y tradiciones del lugar.
Fomentar el mantenimiento y conservación de los atractivos.	2	4	4	2	Deterioro de los atractivos turísticos.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En la matriz elaborada vamos a ver las fuerzas impulsadoras que le dan una solución efectiva al problema central y de la misma manera las fuerzas bloqueadores que son situaciones que agravan el problema, siendo evaluadas en intensidad y potencial de cambio en el centro del análisis podemos ver: Limitada publicidad de los distintos atractivos de la zona, ya que no hay información general de la gastronomía, cultura, tradiciones e historia, este es nuestro problema central, de esto nace un problema agravado el cual sería el desconocimiento de los atractivos, con la investigación se busca tener el problema resuelto el cual seria, potenciar y promocionar los atractivos mediante una revista de promoción turística.

Entre las fuerzas impulsadoras mencionamos, contar con la colaboración del GAD parroquial de Poaló que tiene una intensidad de 2 el cual busca un potencial de

cambio de 4, como fuerza bloqueadora que es el desinterés del GAD parroquial de Poaló, la cual cuenta con una intensidad de 4 y un potencial de cambio de 2.

Como fuerza impulsadora tenemos el incentivar el turismo en la parroquia a través de la revista de promoción turística, con una intensidad de 2, un potencial de cambio de 5, su fuerza bloqueadora es que la revista de promoción turística no tenga la aceptación esperada misma que tiene una intensidad de 1 y busca un potencial de cambio de 3.

Otra fuerza impulsadora mencionada es, el interés por parte de los habitantes del cantón con una intensidad de 3 la misma que busca un potencial de cambio de 5, esta cuenta con una fuerza bloqueadora que es el insuficiente interés de los habitantes del cantón la cual cuenta con una intensidad de 5 y un potencial de cambio de 3.

La fuerza impulsadora es el investigar y recopilar la información necesaria sobre la historia, costumbres y tradiciones del lugar la cual tiene una intensidad de 1 y busca un potencial de cambio de 3, como fuerza bloqueadora tenemos la inexistencia de información sobre historia, costumbres y tradiciones del lugar la cual tiene una intensidad de 3 y un potencial de cambio de 2.

El fomentar el mantenimiento y conservación de los atractivos es otra fuerza impulsadora la misma que tiene como intensidad una calificación de 2 y un potencial de cambio de 4, con una fuerza bloqueadora que es el deterioro de los atractivos turísticos con una intensidad de 4 y un potencial de cambio de 2.

CAPÍTULO II

2.00 Análisis de involucrados

2.01 Mapeo de involucrados

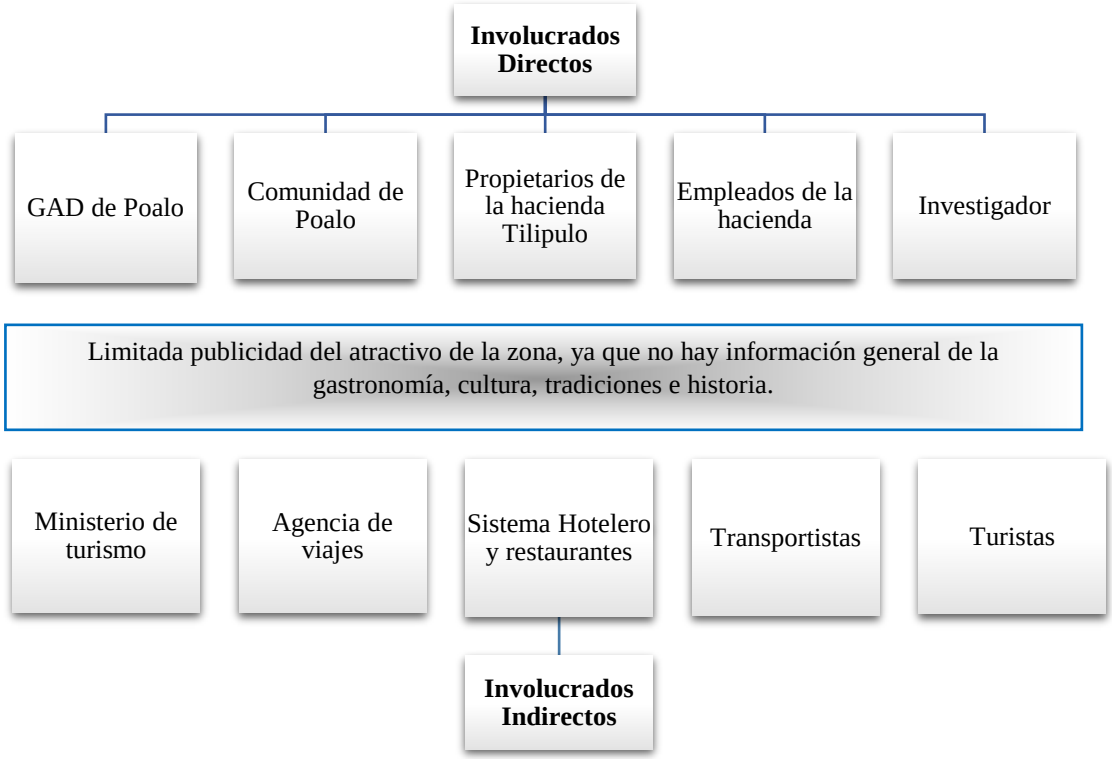


Figura 1: *Mapeo de involucrados*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: Aquí se encuentran las entidades y personas involucradas en la realización de la investigación, ya sea de manera directo o indirecta.

Los involucrados directos serán los que intervengan de mayor manera en la investigación, los involucrados directos serán:

- GAD de Poalo: la revista será de mucha ayuda ya que el GAD busca potencializar los lugares de la zona.
- Comunidad de Poalo: quienes ayudaran a la difusión de la revista.
- Propietarios de la hacienda Tilipulo: ya que es el principal atractivo a destacar.
- Empleados de la hacienda: por ser los encargados de mantener este atractivo.
- Investigador: encargado de desarrollar toda la investigación.

Como involucrados indirectos:

- Ministerio de turismo.
- Agencias de viajes.
- Sistema hotelero y restaurants.
- Trasportistas.
- Turistas.

Tabla 3: *Mapeo de involucrados*

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
GAD de Poalo	X		10%
Comunidad de Poalo	X		15%
Propietarios de la hacienda Tilipulo	X		10%
Empleados de la hacienda	X		10%
Investigador	X		25%
Ministerio de turismo		X	10%
Agencias de viajes		X	5%
Sistema hotelero y restaurantes		X	5%
Transportistas		X	5%
turistas		X	5%
Total			100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En esta tabla se realizó una lista con los involucrados directos e indirectos, los cuales están marcados con una (X), la cual define a que grupo pertenecen ya sea directo o indirecto, se le ha dado un porcentaje a cada uno de estos dependiendo de cómo se involucren en el desarrollo de la investigación hasta llegar al 100%, los datos fueron los siguientes para los involucrados directos, GAD de Poaló con el 10%, comunidad de Poaló con el 15%, Propietarios de la hacienda Tilipulo 10%, empleados de la hacienda con el 10%, por último el investigador con el 25%.

Los involucrados indirectos reflejaron los siguientes porcentajes, ministerios de turismo con el 10%, agencias de viajes 5%, sistema hotelero y restaurantes 5%, transportistas 5%, y los turistas con el 5%, dando un total de 100%.

2.02 Matriz de análisis de involucrados

Tabla 4: *Matriz de análisis de involucrados*

Actores Involucrados	Interés sobre el problema central	Problemas percibidos	Mandatos	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
GAD de Poaló	Promocionar sus atractivos	Deterioro de los atractivos	Art. 224, 234 y 235 de la constitución. organización territorial y descentralización	Apoyo para realizar la revista de promoción turística	Bajos recursos económicos para la realización del proyecto
Comunidad de Poaló	Conocer realmente la historia de los atractivos	No están correctamente informados sobre los atractivos	Art. 3 de la Ley de Turismo CTC.	Incrementar ingresos económicos	No apoyen a la difusión de la revista
Propietarios de la hacienda Tilipulo	Dar a conocer la hacienda para generar mayores ingresos	No realizar ningún tipo de promoción	Art.12 de la Ley de Turismo.	Aportar con toda la información necesaria	Desinterés en la elaboración de la revista
Empleados de la hacienda	Conservar el atractivo turístico y	Limitado compromiso de	Art.124.- del reglamento general de	Afluencia de turistas	Deterioro del atractivo y lo que lo

	mantenerlo en perfecto estado	parte de los empleados y propietarios	turismo		conforma
Investigador	Realizar una revista de promoción turística para potencializar el atractivo de la parroquia	Desconocimiento de los atractivos que posee la parroquia	Ley de turismo art.13	Promover a que la revista sea de interés	No levantar información pertinente para la investigación de manera correcta y adecuada
Ministerio de turismo	Generar nuevos destinos turísticos	Escasa promoción de la parroquia de Poaló	Art. 4.- de la ley de turismo	Énfasis en la creación de la revista	Desinterés por parte de los turistas
Agencia de viajes	Impulsar a realizar paquetes turísticos al cantón Latacunga y a la parroquia Poaló	Que no haya interés en la realización de la promoción de Poaló	Art. 4 de la ley federal de turismo, reglamentos de agencias de viajes.	Crear un paquete donde incluya los lugares turísticos de la Parroquia	Desinterés de ofertar como destino de visita los atractivos de la parroquia
Sistema hotelero y restaurantes	Incrementar sus ingresos económicos	Escasa afluencia turística	Art. 8 de la Ley de Turismo.	Promocionar sus servicios y generar mejores ingresos	La afluencia turística sea menor a lo esperado
Transportistas	Aumentar los ingresos económicos a sus respectivas cooperativas	Escasa demanda de turistas	Art. 1.- Ley de transporte terrestre	Aumentar sus ingresos	Escasas unidades de transporte en buen estado
Turistas	No conocen los lugares turísticos de la parroquia	Información errónea del lugar y su historia, la falta de promoción.	Art. 45.- del reglamento general de turismo	Conocer el lugar antes de visitarlo	El proyecto no sea acogido de buena manera por los turistas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En esta matriz de análisis de involucrados se registra todos los actores involucrados en este caso todos los involucrados directos e indirectos de la tabla N° 3, los actores involucrados: Como primer involucrado está el GAD parroquial de Poaló, el interés por el problema central es promocionar sus atractivos, el problema percibido es el deterioro de los atractivos, según el Art. 224.- El territorio del Ecuador es indivisible. Para la administración del Estado y la representación política existirán provincias, cantones y parroquias. Habrá circunscripciones territoriales indígenas y afro ecuatorianas que serán establecidas por la ley. Art. 234.- Cada cantón constituirá un municipio. Su gobierno estará a cargo del concejo municipal, cuyos miembros serán elegidos por votación popular. Los deberes y atribuciones del concejo municipal y el número de sus integrantes estarán determinados en la ley. El alcalde será el máximo personero del concejo municipal, que lo presidirá con voto dirimente. Será elegido por votación popular y desempeñará sus funciones durante cuatro años. Sus atribuciones y deberes constarán en la ley. El concejo municipal, además de las competencias que le asigne la ley, podrá planificar, organizar y regular el tránsito y transporte terrestre, en forma directa, por concesión, autorización u otras formas de contratación administrativa, de acuerdo con las necesidades de la comunidad. Art. 235.- En cada parroquia rural habrá una junta parroquial de elección popular. Su integración y atribuciones se determinarán en la ley. Su presidente será el principal personero y tendrá las responsabilidades y competencias que señale la ley, el interés sobre el proyecto es el apoyo para realizar la revista de promoción turística, y el conflicto potencial son los bajos recursos económicos para la realización del proyecto.

El segundo involucrado es la comunidad de Poaló, el interés por el problema central es conocer realmente la historia de los atractivos, el problema percibido es que no están correctamente informados sobre los atractivos, según la ley de turismo literal E del Art. 3 establece como uno de los principios de la actividad turística: "La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos", el interés sobre el proyecto es incrementar los ingresos económicos, el conflicto potencias es que no apoyen a la difusión de la revista.

El tercer involucrado serán los propietarios de la hacienda Tilupulo, el interés por el problema central dar a conocer la hacienda para generar mayores ingresos, el problema percibido es no realizar ningún tipo de promoción, según la ley de turismo Art.12 cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos, el interés sobre el proyecto es el aportar con toda la información necesaria, el conflicto potencial es el desinterés en la elaboración de la revista.

El cuarto involucrado son los empleados de la hacienda, el interés sobre el problema central es el conservar el atractivo turístico y mantenerlo en perfecto estado, el problema percibido es el limitado compromiso de parte de los empleados y

propietarios, según el reglamento general de turismo Art.124.- declara derechos de los guías

a) Ejercer sus actividades en las agencias de viajes, operadoras, prestadores de servicios, así como en cualquier institución pública o privada, nacional o extranjera, que requiera de sus servicios.

b) Recibir las remuneraciones legales contractuales determinadas para los servicios prestados, y ser cancelados sus haberes, inmediatamente luego de haber prestado y finalizado sus servicios.

c) Recibir de las agencias de viajes, operadores y prestadores de servicios turísticos las garantías necesarias para ejercer su actividad profesional.

d) Recibir capacitación profesional permanente, por parte del Ministerio de Turismo y del respectivo colegio profesional.

e) Hacer uso de los beneficios que determina la Ley Especial de Desarrollo Turístico.

f) Exigir el cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y en sus normas reglamentarias, el interés sobre el proyecto es la afluencia de turistas, el conflicto potencial seria el deterioro del atractivo y lo que conforma.

El quinto involucrado es el investigador, el interés sobre el problema central es el realizar una revista de promoción turística para potencializar los atractivos de la parroquia, el problema percibido es el desconocimiento de los atractivos que posee la parroquia, según la ley de turismo Art.13.- No son objeto de ejercicio a través de la

iniciativa privada las potestades de expedición de normas jurídicas secundarias, normas técnicas y de ser del caso normas de calidad y el otorgamiento de derechos, la expedición de autorizaciones administrativas en general y la potestad sancionadora. No es objeto de ejercicio a través de la descentralización ni desconcentración la expedición de normas jurídicas y de calidad, potestad privativa del Ministerio de Turismo el que la ejercerá a nivel nacional. Las normas que se expidan contrariando esta disposición no tendrán ninguna eficacia y el Ministerio de Turismo estará obligado a arbitrar las medidas que sean menester para que se disponga la pérdida de su vigor. Las potestades descentralizarles, las condiciones y procedimientos son aquellas establecidas en este reglamento, el interés sobre el proyecto es promover a que la revista sea de interés, el conflicto potencial es no levantar la información pertinente para la investigación de manera correcta y adecuada.

El sexto involucrado es el Ministerio de Turismo el cual tiene como interés sobre el problema central el generar nuevos destinos turísticos, el problema percibido es la escasa promoción de la parroquia Poaló, según la ley de turismo el Art.4.- Comité de Gestión de Calidad de Servicio y el Desarrollo Institucional.- El Ministerio de Turismo mantendrá el Comité de Gestión, mismo que estará conformado por el Ministro o su delegado, quien lo presidirá, los Viceministros o su delegado, Subsecretarios o su delegado, los Coordinadores Generales y Zonales y los Directores Técnicos de Área, el interés sobre el proyecto es el énfasis en la creación de la revista, el conflicto potencial es el desinterés por parte de los turistas.

El séptimo involucrado son las agencias de viajes mismas que tiene un interés sobre el problema central que es el impulsar a realizar paquetes turísticos al cantón Latacunga y esto lleve a que la parroquia Poaló sea visitada, el problema percibido es que no haya interés en la realización de la promoción de Poaló, según la ley federal de turismo Art. 4, el reglamento de las agencias de viaje, podrán establecer sub-agencias, las que llevarán a cabo las mismas actividades de aquéllas, por lo que les son aplicables las disposiciones contenidas en el presente reglamento, el interés sobre el proyecto es el crear un paquete donde incluya los lugares turísticos de la parroquia, el conflicto potencial a esto es el desinterés de ofertar como destino de visita los atractivos de la parroquia.

El octavo involucrado es el sistema hotelero y restaurantes su interés sobre el problema central es incrementar sus ingresos económicos, el problema percibido es la escasa afluencia turística, según la ley de turismo Art. 8.- para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes. El interés sobre el proyecto es promocionar sus servicios y generar mejores ingresos el conflicto potencial es que la afluencia turística sea menor a lo esperado.

El noveno involucrado son los transportistas, el interés en el problema central es aumentar los ingresos económicos para sus respectivas cooperativas, el problema percibido es la escasa afluencia de turistas, según la ley de trasporte terrestre Art. 1.- El presente Reglamento establece las normas de aplicación a las que están sujetos los conductores, peatones, pasajeros y operadoras de transporte, así como las

regulaciones para los automotores y vehículos de tracción humana, animal y mecánica que circulen, transiten o utilicen las carreteras y vías públicas o aquellas privadas abiertas al tránsito y transporte terrestre en el país, el interés sobre el proyecto es el aumentar sus ingresos, el conflicto potencial es escasas unidades de transporte en buen estado.

El décimo involucrado son los turistas, el interés en el problema central es que no conocen los lugares turísticos de la parroquia, el problema percibido es la información errónea del lugar y su historia, la falta de promoción de los mismos, según la ley de turismo Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas, el ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas, el interés sobre el proyecto es el conocer el lugar antes de visitarlo, el conflicto potencial es que el proyecto no sea acogido de buena manera por los turistas.

CAPÍTULO III

3.00 Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de problemas

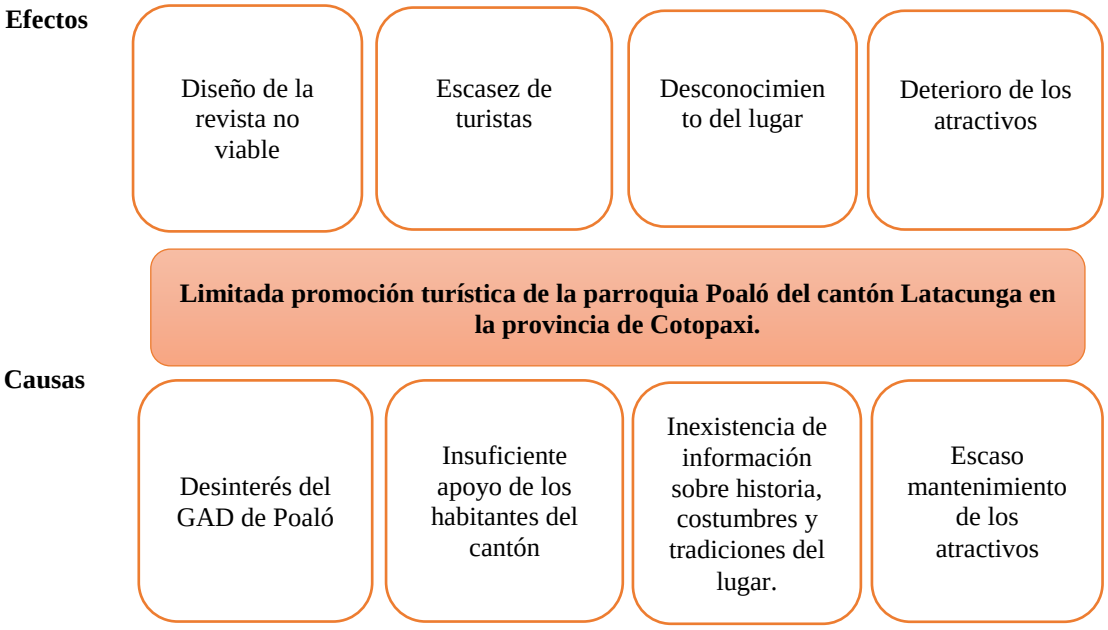


Figura 2: *Árbol de problemas*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: El árbol de problemas indica las causas y los efectos, la limitada promoción turística de la parroquia Poaló del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi.

La primera causa es el desinterés del GAD de Poaló el efecto de este es el diseño de la revista no viable, la segunda causa es el insuficiente apoyo de los habitantes del cantón que tiene por efecto a escasez de turistas, la tercera causa es la inexistencia de

información sobre historias costumbres y tradiciones del lugar el efecto de esto es el desconocimiento del lugar, la cuarta causa es el escaso mantenimiento de los atractivos y el efecto de este es el deterioro de los mismos.

3.02 Árbol de objetivos

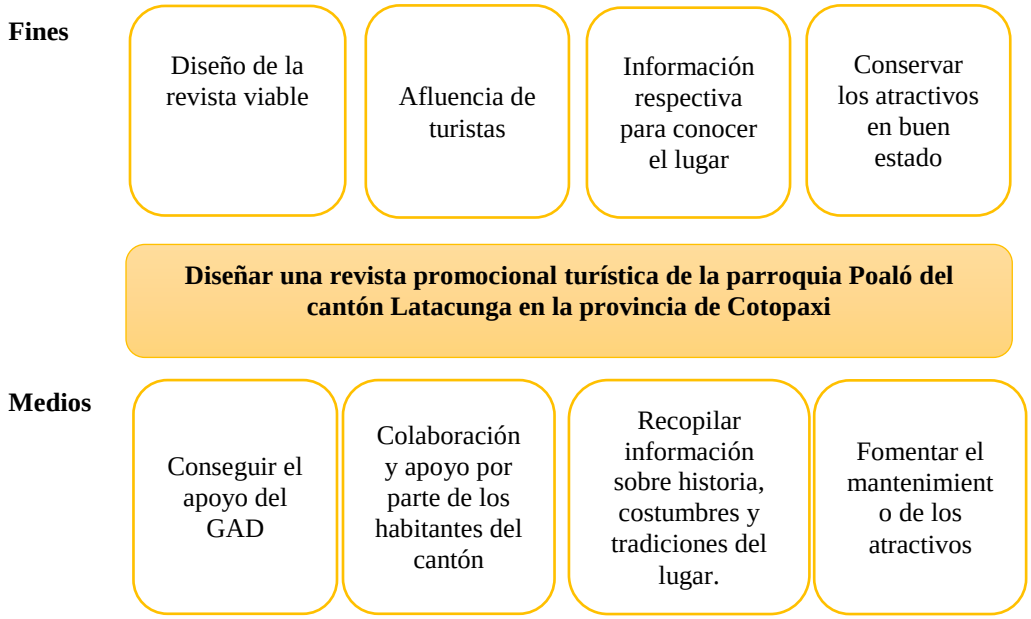


Figura 3: *Árbol de objetivos*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En la figura se muestra los objetivos con los resultados que conlleva cada uno, dando fines positivos a nivel social, económico y ambiental; por medio del incremento de la afluencia de visitantes.

El primer fin es el diseño de la revista viable cuyo medio es conseguir el apoyo del GAD, el siguiente fin es la afluencia de turistas y su medio es la colaboración y apoyo por parte de los habitantes del cantón, otro de los fines es la información respectiva para el conocimiento del lugar su medio es recopilar información de historia, costumbres y tradiciones del lugar, un fin más es el conservar los atractivos en buen estado que tiene por medio fomentar el mantenimiento de los atractivos.

CAPÍTULO IV

4.00 Análisis de alternativas

Finalizando el árbol de objetivos se tiene de una manera clara lo que se desea alcanzar con el proyecto, de igual manera se presentan muchas inquietudes, por ese motivo se continuará realizando el análisis de alternativas dando el valor a cada uno de los fines en diversos aspectos, con el objetivo de que la investigación realizada sea un proyecto que brinde todas las condiciones y resultados necesarios.

4.01 Matriz de análisis de alternativas

Tabla 5: *Categorías*

1 – 5	**Bajo**
6 – 11	Medio bajo
12 – 17	Medio alto
18 – …	Alto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: La tabla realizada muestra detalladamente las escalas de análisis de alternativas, representando de 1 – 5 un nivel bajo, de 6- 11 medio bajo, de 12 – 17 medio alto y de 18 –? Alto. Para tener un resultado positivo en la factibilidad y aplicación los resultados deben tener un valor igual o mayor a 12.

Tabla 6: *Tabla de objeivos*

Objetivos	Impacto sobre el proyecto	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Conseguir el interés del GAD	6	5	3	2	2	18	Medio Alto
Colaboración y apoyo por parte de los habitantes del lugar	5	3	1	4	2	15	Medio Alto
Recopilar información sobre historia costumbres y tradiciones del lugar	5	4	2	2	4	17	Medio Alto
Fomentar el mantenimiento de los atractivos	5	3	2	3	4	17	Medio Alto
Diseño de una revista turística promocional de la parroquia Poaló	4	2	2	2	3	13	Medio Alto
Total	25	17	10	13	15	80	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: la tabla realizada se muestra un análisis de los objetivos planteados en el proyecto, se concede una categoría a cada uno asociando y analizando con los aspectos técnicos, financieros, sociales y políticos.

Los objetivos está el conseguir el interés del GAD, el impacto sobre el proyecto es de 6, la factibilidad técnica de 5, la factibilidad financiera 3, en la factibilidad social tenemos 2, mientras que en la factibilidad política tenemos un 2, dando un total de 18 en cual está en la categoría “Medio Alto”

El segundo objetivo es la colaboración y apoyo por parte de los habitantes del lugar, mismo que tiene un impacto sobre el proyecto de 5, la factibilidad técnica 3, factibilidad financiera con 1, en la factibilidad social tenemos un 4, y en la

factibilidad política 2, dando un total de 15 mismo que está en la categoría “Medio Alto”.

Recopilar información sobre historia costumbres y tradiciones del lugar es otro de nuestros objetivos, el cual tiene un impacto sobre el proyecto de 5, la factibilidad técnica de 4, factibilidad financiera 2, en la factibilidad social con 2, mientras que en la factibilidad política contamos con 4, con un total de 17, en la categoría “Medio Alto”.

Otro objetivo es el fomentar el mantenimiento de los atractivos mismo que tiene un impacto sobre el proyecto de 5, como factibilidad técnica tenemos 3, la factibilidad financiera con 2, en la factibilidad social encontramos un 3, y en la factibilidad política tenemos 4, dando un total de 17 en la categoría “Medio Alto”.

Finalmente el diseñar una revista de promoción turística de la parroquia Poaló misma que tiene un impacto sobre el proyecto de 4, su factibilidad técnica de 2, la factibilidad financiera de 2, en la factibilidad social con 2, mientras que en la factibilidad política tenemos un 3, dando como total 13 y está en la categoría “Medio Alto”.

Se puede observar que las categorías varían de la más alta a la más baja, sin embargo, los resultados son positivos, obteniendo un resultado total en el impacto sobre el proyecto de 25, en la factibilidad técnica tenemos un total de 17, la factibilidad financiera nos da un resultado total de 10, mientras que en la factibilidad social tenemos un total 13, finalmente en la factibilidad política tenemos 15 como resultado dando un total de 80, por lo que se demuestra que el proyecto de la revista de promoción turística es viable.

4.02 Matriz de análisis de impacto de objetivos

Tabla 7: *Matriz de análisis de impactos de objetivos*

Objetivos	Factibilidad de lograrse Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)	Impacto en género Alto – Medio – Bajo (4–2–1)	Impacto ambiental Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)	Relevancia Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)	Sostenibilidad Alto – Medio – Bajo (4 – 2 – 1)	Total
Conseguir el interés del GAD	Beneficios Mayores que la inversión (4)	Inclusión Social en todos los géneros (4)	Preservación ambiental en los atractivos y senderos provocados por el turismo (4)	Mayores ingresos económicos para los pobladores (4)	Implementar técnicas de conservación (4)	22 – 32 Bajo
Colaboración y apoyo por parte de los habitantes del lugar	Empoderamiento de las actividades turísticas por parte de la Comunidad (4)	Instrucción turística de los habitantes (4)	Capacitación sobre el turismo en atractivos naturales mediante las 5R (4)	Mayor cuidado en las acciones provocadas por el turismo (4)	Fomentar a la participación de las personas de la parroquia (4)	33 – 44 Medio Bajo
Recopilar información sobre historia costumbres y tradiciones del lugar	Esto servirá de contenido para la revista la misma que dará la información pertinente (4)	Participación de personas colmadas de información sin excepción de género (4)	La utilización de papel biodegradable (4)	Disposición absoluta de todo lo necesario para la protección de los atractivos (4)	Las personas afectadas directamente incrementarán sus ingresos (4)	45 – 66 Medio Alto
Fomentar el mantenimiento de los atractivos	Conservación, Mantenimiento, factibilidad ambiental (4)	Promover información turística para todo tipo de géneros (4)	Conservar espacios verdes en los distintos accesos a los atractivos (4)	Fácil acceso a los atractivos del lugar (4)	Fortalecer la unión en la comunidad (4)	67 –? Alto
Diseñar una revista promocional turística de la parroquia Poaló	20	20	18	20	20	98

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis:

La factibilidad de lograrse el objetivo es obtener los beneficios mayores que la inversión, empoderamiento de las actividades turísticas por parte de la comunidad, utilizar información levantada dando el uso correcto para el contenido de la revista, conservación mantenimiento factibilidad ambiental, promocionar la hacienda Tilipulo de la parroquia Poaló.

El impacto en género al conseguir el objetivo es la inclusión social en todos los géneros, instrucción turística de los habitantes, participación de personas colmadas de información sin excepción de género, promover información turística para todo tipo de géneros, participación de los pobladores y trabajadores de la hacienda de todo género.

El impacto ambiental al conseguir el objetivo es la preservación ambiental en los atractivos y senderos provocados por el turismo, capacitación sobre el turismo en atractivos naturales mediante las 5R, adquirir conocimientos para el cuidado adecuando de cada atractivo, conservar espacios verdes en los distintos accesos a los atractivos, la utilización de papel biodegradable.

La relevancia al conseguir el objetivo son los mayores ingresos económicos para los pobladores, mayor cuidado en las acciones provocadas por el turismo, disposición absoluta de todo lo necesario para la protección de los atractivos, fácil acceso a los atractivos del lugar, conseguir afluencia de turistas.

La sostenibilidad al conseguir el objetivo es, implementar técnicas de conservación, fomentar a la participación de las personas de la parroquia, Las personas afectadas directamente incrementaran sus ingresos, fortalecer la unión en la comunidad.

4.03 Diagramas de estratégias

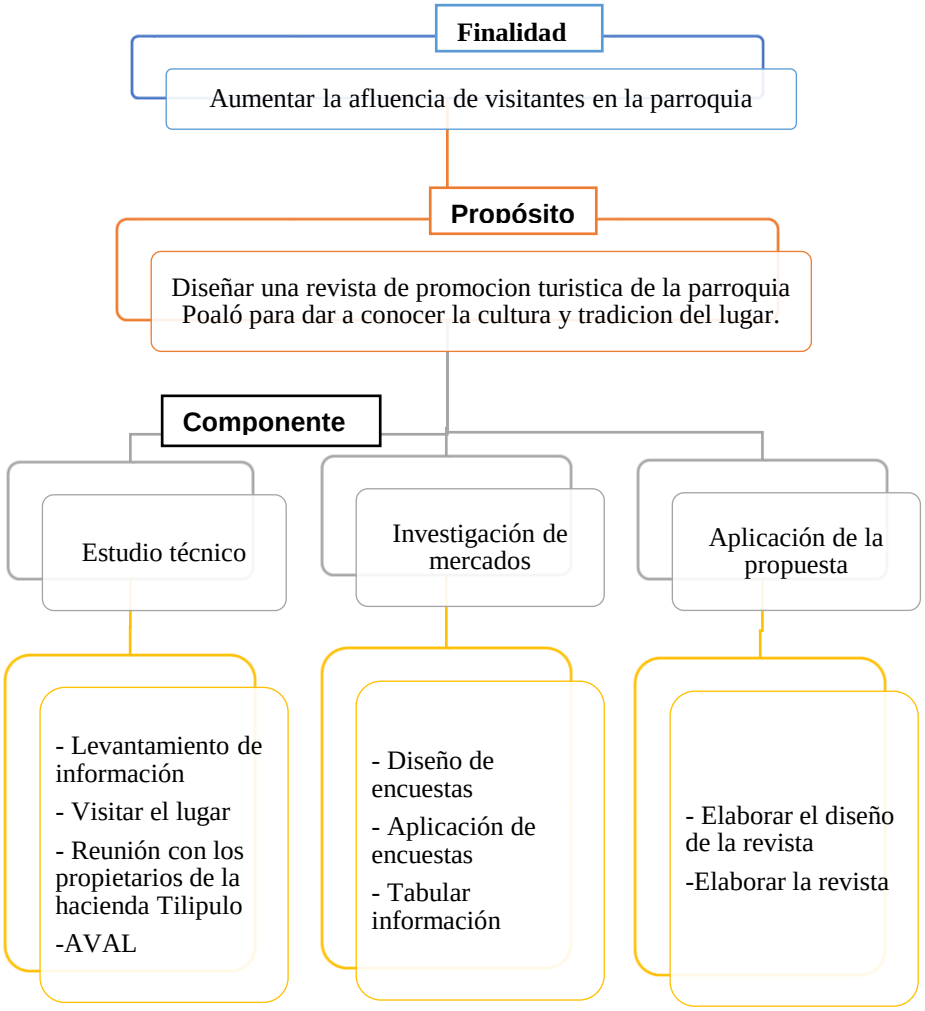


Figura 4: *Diagrama de estrategias*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: en la figura realizada se muestra las estrategias que están distribuidas en cuatro niveles, comenzando con las actividades en la parte inferior pertenecientes a los componentes, las actividades se debe procurar realizar en un corto plazo de tiempo, entre las cuales se tiene las pertenecientes al componente de estudio técnico que son levantamiento de información, visitas al lugar, reunión con los propietarios de la hacienda y el AVAL; pertenecientes a la

investigación de mercados tenemos el diseño de encuestas, aplicación de encuestas y tabulación de la información; pertenecientes a la aplicación de la propuesta, elaborar el diseño de la revista, elaborar la revista.

Los componentes y sus actividades son de gran importancia para el propósito del proyecto el cual es promocionar información turística adecuada sobre el atractivos que posee la parroquia enfocando el estudio en la hacienda Tilipulo, para que posteriormente pueda ser aplicada por las autoridades del GAD Parroquial, con la finalidad de que se aumente la afluencia de visitantes a la parroquia, volviéndose unos de los destinos elegidos por turistas nacionales y extranjeros al igual que los visitantes participen en el desarrollo turístico incrementando sus ingresos y mejorando cada vez sus servicios ofrecidos a los visitantes.

4.04 Matriz de Marco lógico

Tabla 8: *Marco lógico*

Objetivo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Finalidad **Aumentar la afluencia de visitantes en la parroquia**	Mejoramiento de los servicios turísticos de la parroquia	• Encuestas • Estadísticas • Registro de visitas	entrevistar a los dueños de la hacienda Tilipulo y al representante del GAD parroquial para verificar si la demanda turística aumento
Propósito **Diseñar una revista de promoción turística de la parroquia Poaló**	Para octubre del 2018 se cumpla con el propósito al 100%	• Encuestas • Estadísticas • Visitas de campo	Captar los recursos necesarios para la elaboración de la revista Revista cumpla con las expectativas de los turistas

Componentes • **Estudio técnico** • **Investigación de mercados** • **Aplicación de la propuesta**	Concluir el proceso de titulación al 100% para octubre del año 2018	• Trabajo de titulación impresa	Desarrollar y fomentar la propuesta planteada
Actividades • **Levantamiento de información** • **Visitar el lugar** • **Reunión con los propietarios** • **AVAL** • **Diseño de encuestas** • **Aplicación de encuestas** • **Tabulación de información** • **Elaboración del diseño de la revista** • **Elaboración de la revista**	Encuestas Material impreso Estudios	• Proformas • Facturas • Recibos	Contar con la información necesaria para la elaboración de la revista de promoción turística

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En la tabla de marco lógico se observa la finalidad que es el aumentar la afluencia de visitantes en la parroquia, el indicador de este es el mejoramiento de los servicios turísticos de la parroquia, los medios de verificación son dos las encuestas, estadísticas, y registro de visitas, en supuestos esta entrevistar a los dueños de la hacienda Tilupulo y al representante de GAD parroquial de Poaló para verificar si la demanda turística aumento.

En el propósito es diseñar una revista de promoción turística del aparroquia de Poaló, en los indicadores, que para octubre del 2018 se cumpla con el propósito al 100%, los medios de verificación son las encuestas, estadísticas y visitas de campo, en supuestos, captar los recursos necesarios para la elaboración de la revista y que la revista cumpla con las expectativas de los turistas

Los componentes tales como el estudio técnico, investigación de mercados, aplicación de la propuesta, en sus indicadores se puede mencionar el concluir el proceso de titulación al 100% para octubre de 2018, su medio de verificación es el trabajo de titulación impreso, en supuestos está el desarrollar y fomentar la propuesta planteada.

Por último las actividades a desarrollarse son las siguientes, el levantamiento de información, visitar el lugar, reunión con propietarios, AVAL, diseño de encuestas, aplicación de encuestas, tabulación de información, diseñar la revista, y elaborar la revista, en los indicadores, las encuestas, el material impreso, el material digital, estudios, los medios de verificación de este son las proformas, facturas, recibos, y finalmente los supuestos en el cual tenemos contar con la información necesario para la elaboración de la revista promocional turística.

CAPÍTULO V

5.01 Propuesta

Diseño de una revista turística promocional, parroquia Poaló, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, con el objetivo de dar a conocer la cultura y tradición del lugar.

Antecedentes

> Poaló parroquia de Latacunga provincia de Cotopaxi, ubicada a una hora y media de la capital en la región sierra, esta parroquia tiene por población a 5709 habitantes aproximadamente, fue fundada el 19 de Marzo de 1829, con una altitud de 1500 msnm, y una extensión de 81 km2 (cotopaxi.gob.ec, 2015)

"La parroquia cuenta con un lugar turístico que es la hacienda de Tilipulo misma que se divide en museo, iglesia Miraflores, Jardines". (cotopaxi.gob.ec, 2015)

"Poalo tiene su propia gastronomía y cuenta con fiestas muy importantes para el lugar como son las fiestas cívicas populares y religiosas" (conceptodefinicion.de/revista/, 2017)

5.02 Marco conceptual

Revista

Las revistas nacen en el año de 1663, con la publicación alemana "Discusiones mensuales edificantes" esta fue la primera revista publicada en el mundo después de esto, Inglaterra, Italia y Francia empezaron a elaborar revistas de distintos tipos, sin embargo las revistas se diferencian de los periódicos o diarios por el contenido que llevan y sobre todo porque en las revistas se le dedica un mayor espacio a la documentación gráfica y por sus impresiones en un papel de mayor calidad acompañado de un encuadernado óptimo a esto le sumamos que una revista lleva alrededor de 15 a 20 paginas sin contar el encuadernado. (conceptodefinicion.de/revista/, 2017)

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico, que se relaciona cuando una persona o un grupo de personas se desplazan de un lugar a otro fuera de su lugar de residencia de manera temporal, por distintos motivos ya sea ocio, negocio, religioso, cultural, entre otros, y general múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Padilla, 1997)

Administración

"Es el proceso de planear, organizar, liderar y controlar el trabajo de los miembros de la organización y de utilizar todos los recursos disponibles de la empresa para alcanzar los objetivos organizacionales establecidos" (J.Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996)

Potencial

Lo potencial es lo que posiblemente llegue a ser, es una aptitud, misma que se concreta en un acto, el potencial en las personas es lo que puede llegar a

ser según sus características físicas, intelectuales y artísticas que deberá desarrollar. (deconceptos.com, 2018)

Potencial turístico

La valoración que se le da a cada recurso de un determinado lugar, entre la valoración de los recursos se incluye, la etapa previa, y la elaboración de un inventario que contenga la información descriptiva más relevante de los atractivos, esto les permitirá definirse como viables para ser desarrollados turísticamente y definir qué actividades pueden ofertarse a ese destino. (Ramírez, 2015)

Atractivo

Se vincula aquello que se consigue traer, es un hecho que consigue generar interés en los turistas para visitar un lugar mismo que puede ser simbólico, cultural, histórico entre otros. Son aquellas características y puntos de interés por la importancia económica del turismo y la relevancia cultural o natural, varios atractivos son protegidos por las autoridades mismos que invierten en su conservación y promoción, los atractivos turísticos junto con la planta turística y la infraestructura, son un conjunto ya que estos son los ofertantes para quienes los visitan. (Porto & Merino, 2016)

Recurso turístico

Los recursos turísticos son la base del desarrollo turístico en función de los atractivos esto puede tener una gran influencia en la elección de un destino turístico estos pueden ser naturales o culturales, los recursos turísticos son todo aquello que conforma un lugar mismos que lo diferencian de otros, cada atractivo cuenta con sus recursos y son estos los que crean una mayor

demanda, los recursos turísticos se dividen en grupos los cuales son.- Naturaleza, Patrimonio Histórico, Manifestaciones de la cultura tradicional y moderna, Ciudades. (Covarrubinas, 2002)

Clasificación de tractivos

Naturales son aquellos creados por la naturaleza sin que el hombre haya intervenido en ello. Geomorfológicos: Formados por la naturaleza durante la evolución del planeta. (Márquez, 2011)

1. Litorales.- Rocas e islas, playas, acantilados, desembocaduras de ríos.

2. Lagunas y depósitos de agua.

3. Corrientes de agua, superficiales (cañones y cascadas), subterráneas (manantiales, grutas y cenotes).

4. Vulcanismo.- Cráteres, aguas termales y minerales, geisers.

5. Relieves.- Montañas, barrancas y cañones, planicies, dunas. (Márquez, 2011)

Biogeográficos.: Son aquellos con manifestaciones de vida animal o vegetal.

1. Agrupaciones vegetales.- Selvas, bosques.

2. Agrupaciones animales.- Fauna Silvestre, zonas de caza (Márquez, 2011)

CULTURALES. Elementos en que intervienen o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o se han establecido por razones culturales o comerciales. Históricos Son obras que han dejado las civilizaciones y que son estudiadas por diferentes ramas de la ciencia. (Márquez, 2011)

1. Atractivos históricos.- Zonas arqueológicas, arquitectura antigua, lugares históricos, poblados típicos, folklore, fiestas tradicionales, contemporáneas.

2. Atractivos contemporáneos (no comerciales) Son aquellas manifestaciones de un país o región que conservan y fomentan el patrimonio cultural.- Centro de convenciones, instituciones de enseñanza, biblioteca, museos y pinturas murales, obras monumentales, invernaderos, zoológicos. (Márquez, 2011)

3. Atractivos contemporáneos (comerciales). Son aquellas manifestaciones por agrupaciones públicas o privadas que, por lo general, tienen carácter temporal y se crean para atraer visitantes ofreciéndoles distracción, esparcimiento, mercancías, salud, etc. (Márquez, 2011)

> Parque de diversiones, balnearios, espectáculos culturales y deportivos, campos deportivos, exposiciones nacionales e internacionales, mercados de artesanías, comercios, centros de salud, ferias y carnavales, celebraciones religiosas, casinos, concursos y competencias (Márquez, 2011)

Patrimonio

> Según la Universidad de la Plata Argentina (01 Febrero, 2011) "Está integrado por bienes culturales y naturales, materiales e intangibles, estos actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de personas para su economía, las características del patrimonio determinan acciones concretas para asegurar el equilibrio entre la explotación, turística y su preservación". (Plata, 2011)

Clasificación de patrimonio

> Se clasifica en patrimonio cultural.- encierra a los monumentos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, de arte y ciencia. (Márquez, 2011)

"Patrimonio natural.- los monumentos naturales, las formaciones geológicas y fisiológicas, las zonas estrictamente delimitadas". (Unessco, 2010)

"Ambos tiene en común el valor: científico, estético, histórico, simbólico ambiental que tenga cada uno es decir lo que hace que un elemento cultural o natural es considerado patrimonio". (Unessco, 2010)

"Patrimonio mixto.- se considera patrimonio mixto aquello que encierre parte o en su totalidad lo que es patrimonio cultural y natural, es decir el trabajo combinado entre la naturaleza y la mano del hombre". (Unessco, 2010)

Sostenibilidad

"Según la ONU (1987) Sostenible es satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social". (ONU, 2012)

Gestión

> Gestión es la acción y el efecto de gestionar y administrar de una forma más específica, una gestión es una diligencia, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto, habitualmente de carácter administrativo o que conlleva documentación. (significados, 2018)

Promoción

"Es una herramienta táctica que combina al producto, plaza y precio, es el conjunto de actividades, técnicas y métodos con el fin de informar, persuadir o recordar al público objetivo acerca de los productos o servicios que se comercializan.

"(Thompson, 2010)

Relevancia

"Aquello que resulta fundamental, trascendente, o substancial, por lo tanto dispone de importancia". (Porto & Merino, 2016)

Demanda

"El conjunto de turistas, de forma individual o en grupo, que se encuentren interesados por un producto o servicio turístico, es la cantidad que los consumidores están dispuestos a adquirir o consumir dado un precio determinado". (OMT, 2016)

Oferta

> Son los bienes y servicios turísticos que se está dispuesto a ofrecer y que están puestos a disposición del turista ya sea para consumo o para disfrutarlo, también se puede decir que son los servicios utilizados por los turistas, para desplazarse y permanecer en el destino (carbacos & quesada , 2011)

Elaboración de la revista

> Cuando se elabora o diseña una revista se crean las páginas maestras mismas que se determinan dependiendo de la sección de la revista, es decir la página maestra es aquella base en la que determinamos en qué lugar va el logo, las columnas el número de página y el nombre de la revista, la elaboración de una revista requiere de varios programas adecuados pensando siempre en el futuro. (Villamonte, 2012)

Partes de la Revista

> La portada, contraportada, editorial, índice, sumario, directorio, artículos, textos, fotos, ilustraciones, anuncios publicitarios, estas partes son usadas dependiendo del tipo de revista que se elabore y la información que se quiera

exponer sin olvidar que el porcentaje fotográfico debe ser mayor al escrito en las revistas. (Villamonte, 2012)

Tabla 9: *Planta hotelera de Latacunga*

Hotel	Dirección	Categoría
Villa de Tacvnga	Latacunga, a 0,2 km del Centro de la ciudad	3 estrellas
Hotel Endamo	Latacunga, a 0,2 km del Centro de la ciudad	2 estrellas
Cuello de Luna	Latacunga, a 26,7 km de: Centro de la ciudad	3 estrellas
Jhosed Imperial	Latacunga, a 1,1 km de: Centro de la ciudad	5 estrellas
Hotel Rosim	Latacunga, a 0 km de: Centro de la ciudad	2 estrellas
Rodulo	Centro de la ciudad	3 estrellas
San Agustín Plaza	Centro de la ciudad	2 estrellas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana
(Hoteles.com, 2018)

Análisis

La parroquia de Poaló no cuenta con planta hotelera por lo cual se expone en esta tabla los hoteles más cercanos a la zona, los cuales se encuentran ubicados en el cantón Latacunga. Entre los servicios que ofrecen estos hoteles esta, el servicio de transporte dentro y fuera de la ciudad, tanto para realizar visitas turísticas o para transferencias al aeropuerto y viceversa, salones para reuniones, cafetería y restaurant, gimnasio, servicio de internet, parking, comidas y bebidas, habitaciones individuales y familiares, ascensor, suites nupciales, spa y bienestar, servicios de recepción, compras, servicio de limpieza, instalaciones de negocios.

Tabla 10: *Restaurantes Latacunga*

Restaurant	Dirección
Granato Gourmet	Av. Amazonas, Latacunga
El submarino	Calle 2 de mayo con, Marquez de Maenza, Latacunga
Bouna Grill	calle fernando sanchez de orellana 14-08, Latacunga

El Alabado Restaurante y Grill	25, Quijano y Ordoñez & Calle General Maldonado
Coyote Loco	El salto 16-09, Latacunga
Futbol Times	Calle General Maldonado 608
El gringo y la gorda	Calle Padre Salcedo
Restaurante vegetariano brocolini	General Maldonado. Latacunga
La terraza	Av Amazonas, Latacunga
Parrilla Quilotoa	Gral. Julio Andrade

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis

En la parroquia Poaló no se encuentran servicios de restaurantes por lo cual se expone los establecimientos más cercanos a la zona, los lugares previamente mencionados ofrecen servicios de alimentos y bebidas, varios de estos establecimientos tienen servicio de parqueadero incluido, ofrecen distintos tipos de comida desde platos típicos de la zona hasta platos a la carta, se especializan en carnes asados y comida vegetariana, también cuentan con cafeterías.

Tabla 11: *Centros de entretenimiento*

Centros de entretenimiento	**Ubicación**
La esquina de Ales	Calle Guayaquil y Belisario Quevedo
El Lojanito	Calle Guayaquil y Antonia Vela
Plaza Santo Domingo	Calle F, Sánchez de Orellana y Guayaquil
Iglesia el Salto	2 de Mayo y Juan Abel Echeverría
Chokololis	F. Sánchez de Orellana y Guayaquil
La Catedral	General Maldonado y Quito
La Huecca	Av. Amazonas y General Maldonado
Casa de la Cultura	Padre Manuel Salsedo y Antonia Vela
El Balcón	Av. Amazonas y Turquí
Pepas Grill	Luis Viveros y Quijando

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis

Los centros de entretenimiento más cercanos a la zona están ubicados en el cantón Latacunga, varios de estos con una atención de primera son lugares de diversión nocturna cuyo horario culmina a las 3am, autorizados para la venta de bebidas alcohólicas y barios de esto únicamente para mayores de edad.

5.01.01 ANALISIS FODA

Tabla 12: *FODA*

Factor interno / **Factor externo**	**Fortalezas** **Poaló cuenta con una gran historia en cuestión de costumbres y tradiciones, además la hacienda Tilipulo misma que es de interés para los turistas.**	**Debilidades** **Escasa promoción de la parroquia su historia, costumbres, tradiciones y de sus atractivos.**
Oportunidades **Medios de difusión para promocionar la parroquia.**	ESTRATEGIAS FO Promocionar la hacienda y exponer la historia, costumbres y tradiciones del lugar por medio de la revista.	ESTRATEGIAS FA Contar con el apoyo del GAD parroquial para promocionar a la parroquia y la hacienda, y levantamiento de información.
Amenazas **Escaso conocimiento de los turistas acerca de la parroquia Poaló y de la hacienda Tilipulo.**	ESTRATEGIAS DO Diseñar una revista de promoción turística para difundir el turismo en Poaló.	ESTRATEGIAS DA Crear un perfil en redes sociales para difundir el turismo en Poaló.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En esta tabla se puede visualizar las estrategias fortalezas, oportunidades y debilidades que tiene la implementación y el desarrollo del proyecto, esto permite ver las actividades que se debe plantear dentro del proyecto y las estrategias y las estrategias que se debe tomar para que se lleve a cabo, de igual manera permite tomar en cuenta las debilidades para que sean mejoradas y potenciarlas.

5.01.02 Investigación de mercado

“La investigación de mercados como el diseño, obtención, análisis y presentación sistemática de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta la empresa”. (PHILIP, 2011).

> Según Schoell y Guiltinan (2011). Es la que une al consumidor, el cliente y el Publio con el mercadólogo a través, de la información, esta información es utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de la mercadotecnia, especifica la información requerida para dirigirse a los temas, diseña el método para la recolección de información, administra e incluye el proceso por el cual recopila datos y expone los resultados y sus efectos. (BARTESAGHI, 2011)
>
> En el proceso para que los resultados sean exactos y totalmente objetivos, el o los involucrados deben aplicar el método científico, además de ser racionales y el ordenados en el enfoque, ser objetivos y evitar cualquier, propensión a la intervención personal en su trabajo, cabales e imparciales e interpretar los resultados honestamente. (BARTESAGHI, 2011)

“Especifica la información requerida para dirigirse a estos temas, diseña el método para la recolección de información, administra e implanta el proceso de recolección de datos y comunica los resultados y sus efectos.” (BARTESAGHI, 2011)

Análisis

La investigación de mercado es utilizado por varios tipos de personas como particulares, comerciales o de empresarios, la investigación permite reunir o codificar información de cualquier aspecto referente a los clientes o posibles clientes

que lleguen a tener, se aplicaran las encuestas pertinentes para saber qué tipo de información ira en la revista y cuanta acogida tendrá dentro del mercado.

5.01.03 Población y muestra

"Población: Conjunto total de individuos pertenecientes a una misma especie que poseen características comunes y que habitan en la misma zona, viven en un área geográfica determinada, cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadística". (Ucha, 2009)

> **Muestra:** La muestra es un subconjunto representativo de la población, una muestra es una pequeña parte de algo que se usa para exponerla al público o para analizarla, el tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población. (Sanchez, 2010)

Encuesta dirigida a la población de Latacunga

De acuerdo al censo de población y vivienda 2010, el cantón Latacunga a quien va dirigida la encuesta tiene un total de 170.489 habitantes, de esto el 41,9% son mujeres y el 41,4% son hombres.

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Pangua	11.340	5,7%	10.625	5,0%	21.965
La Maná	21.420	10,8%	20.796	9,9%	42.216
Latacunga	82.301	41,4%	88.188	41,9%	170.489
Pujilí	32.736	16,5%	36.319	17,2%	69.055
Salcedo	27.880	14,0%	30.336	14,4%	58.216
Saquisilí	11.957	6,0%	13.363	6,3%	25.320
Sigchos	10.991	5,5%	10.953	5,2%	21.944
Total	**198.625**	**100,0%**	**210.580**	**100,0%**	**409.205**

Figura 5: *Tabla INEC*
Fuente: INEC
Elaborado por: Adrian Caguana

Fórmula de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\text{N. p. q}(z)^2}{(N-1)\,(e)^2 + p.\,q(z^2)}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Población o universo

Z: Base el nivel de confianza 95%

p: Probabilidad de éxito 50%

q: Probabilidad de fracaso 50 %

e: Margen de error 5%

$$n = \frac{170.489 * 0.50 * 0.50\,(1.95^2)}{(170.489-1)\,(0.05)^2 + 0.50 * 0.50\,(1.95)^2}$$

$$n = \frac{42.622 * 3.802}{169.489 * 0.25 + 0.25 * 3.802}$$

$$n = \frac{162.071}{42.372 + 0.950}$$

$$n = \frac{162.071}{1.374}$$

$$n = 118$$

ANÁLISIS: La muestra se tomó considerando la población del cantón Latacunga, la encuesta fue aplicada en distintos sectores del cantón, principalmente en lugares de mayor afluencia de turistas, universidades, parques centrales, y a

familias, las personas de este cantón son las indicadas para que el proyecto tenga acogida además se requiere de sus conocimientos en cuestión de historia, costumbres, tradiciones y que atractivos les gustaría que fuese conocido.

5.01.04 Instrumentos de mercado

> Un instrumento de investigación, el investigador usa esta herramienta para recopilar información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema la investigación, gracias a esto se nos facilitara resolver el problema de mercadeo, en ocasiones no se usa de manera correcta las indistintas palabras técnicas e instrumentos de investigación, las técnicas más usadas en la investigación cualitativa son la observación, las encuestas y las entrevistas mientras que en la cuantitativa es la recopilación documental, la recopilación de datos por medio de cuestionarios, y el análisis estadístico de los datos. (Godínez, 2013)

Encuesta

“Las encuestas consisten en reunir información o datos entrevistando a las personas a través de preguntas y estas se pueden realizar por distintos medios ya sea personales o por medio de sitios web.” (Sandhusen, 2002)

Encuesta

El objetivo de esa encuesta es obtener información para el diseño de una revista turística promocional, parroquia Poaló, catón Latacunga, provincia Cotopaxi, con el objetivo de dar a conocer la cultura y tradición del lugar.

Indicaciones

Marque con una (X) el ítem que crea correspondiente según su criterio.

Género

M ☐ F ☐

Edad

16-21 ☐ 22-27 ☐ 28-32 ☐

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Feriado ☐ Fin de semana ☐ En vacaciones ☐

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Cultural ☐ Histórico ☐ Aventura ☐ Gastronómico ☐

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar a visitar?

Siempre ☐ Ocasionalmente ☐ Nunca ☐

4.- ¿Conoce la parroquia Poaló, del cantón Latacunga?

Si ☐ No ☐

5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poaló?

Revistas ☐ Redes Sociales ☐ Publicidad (TV, Banners) ☐

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Fotografías ☐ Entrevistas de vida ☐ Información escrita ☐

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poaló?

Información de atractivos ☐
Historia ☐
Gastronomía ☐
Costumbres y tradiciones ☐
Todas las anteriores ☐

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Hacienda Tilipulo ☐
Museo hacienda Tilipulo ☐
Jardines hacienda Tilipulo ☐
Iglesia Miraflores la María ☐
Ninguno ☐

9.- ¿Bajo su criterio, considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poaló?

De acuerdo ☐ Medio Acuerdo ☐ Desacuerdo ☐

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poaló?

Si ☐ No ☐ Tal vez ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Investigación de campo

"Consiste en recolectar información directamente del lugar donde ocurren los hechos sin controlar o manipular las variables ya que se pierde el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta, estudia directamente fenómenos sociales en ambientes naturales". (Stracuzzi & Martins, 2006)

Observación

"Es la acción de mirar detenidamente en sentido amplio el proceso de someter algunas cosas o condiciones manipuladas para llevar acabo la observación, también puede definirse como el uso sistemático de los sentidos del hombre en la búsqueda de datos de información que son necesarios para resolver el problema de la investigación". (Pardinas, 2005)

Lectura

> Es una actividad instrumental que consiste en comprender las ideas que lleva cada palabra, se enfoca al deseo de conocer, es un conjunto de actividades que llevan a un proceso de aprendizaje para entender la idea de cada palabra escrita que debe desarrollarse en los primeros años de enseñanza, (Oca, 2008)

Análisis En el presente proyecto se aplicará la investigación de mercado con métodos como encuestas las que se aplicaran de manera interrogativa, investigación de campo para obtener información y fotografías de alta calidad para generar contenido y también para el levantamiento de atractivos, observación directa y lectura.

5.01.05 Análisis de la información

Datos generales

Género:

Tabla 13: *Género*

Género	Encuestados	Porcentaje
Masculino	**62**	**53%**
Femenino	**56**	**47%**
Total	**118**	**100%**

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

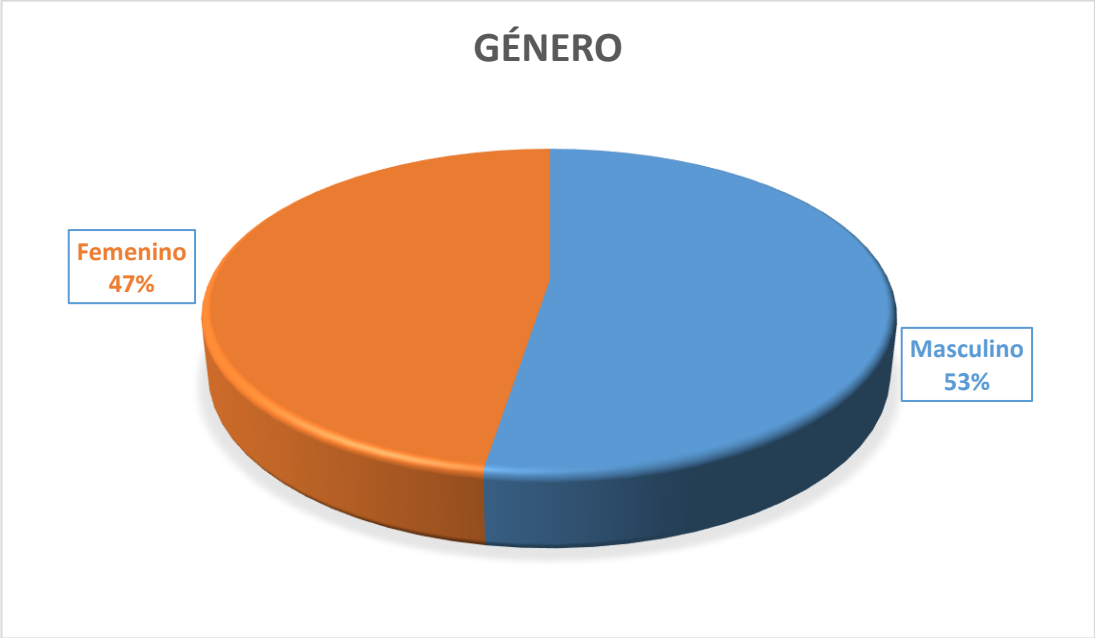


Figura 6: *Género*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis En base en las encuestas realizadas en la tabla de género las personas encuestadas son 62 en masculino con un porcentaje de 53% y 56 en femenino con el 47%. Con un total de 118 personas encuestadas obteniendo como resultado mayoritario al género masculino, el resultado demuestra que el diseño de una revista turística promocional tendrá buena acogida para los dos géneros.

Edad

Tabla 14: *Edad*

Rango de edad	Encuestados	Porcentaje
16 – 21	30	25%
22 – 27	65	55%
28 – 32	23	20%
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

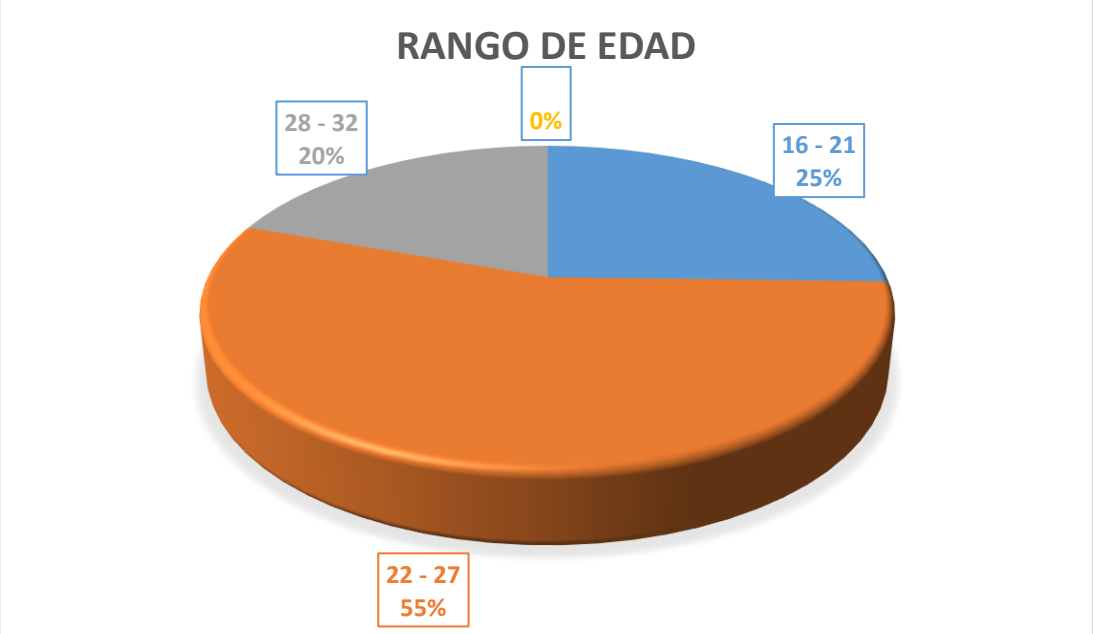


Figura 7: *Edad*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis De acuerdo al rango de edad las personas encuestadas entre 16 – 21 años son 30 con 25%, en el rango de edad de 22 – 27 años son 65 con 55% y en el rango de edad de 28 – 32 años son 23 con 20%. El rango de edades con mayor porcentaje obtenido es el de 22 – 27 años con 55% este resultado indica que las personas entre este rango de edad son los clientes potenciales.

Preguntas de la encuesta

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Tabla 15: *Pregunta N°1*

Ocasiones de viaje	Encuestados	Porcentaje
Feriado	**37**	**31%**
Fin de semana	33	28%
Vacaciones	**48**	**41%**
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

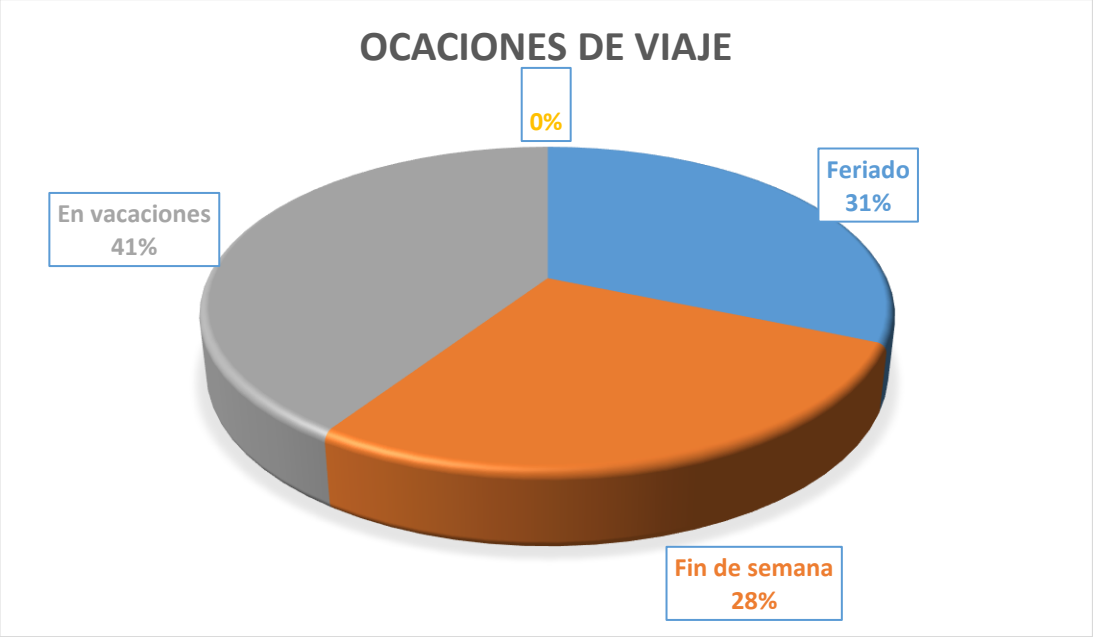


Figura 8: *Pregunta N°1*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Según los datos obtenidos, 37 personas viajan en feriado con 31%, 33 personas viajan el fin de semana con 28%, mientras que 48 personas viajan en vacaciones con 41%. Lo que demuestra que la mayor parte de las personas encuestadas viaja en vacaciones.

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Tabla 16: *Pregunta N°2*

Tipos de turismo	Encuestados	Porcentaje
Cultural	**24**	**21%**
Histórico	39	32%
Aventura	**24**	**21%**
Gastronómico	31	26%
Total	**118**	**100%**

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 9: *Pregunta N°2*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Según las encuestas, 24 personas prefieren el turismo cultural con 21%, 39 personas prefieren el turismo histórico con 32%, 24 personas optan por el turismo de aventura con 21%, mientras que 31 personas eligen el turismo gastronómico con 26%. Lo que demuestra que disfrutan de todos los tipos de turismo especialmente el turismo histórico, lo cual favorece a la propuesta del presente proyecto.

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar a visitar?

Tabla 17: *Pregunta 3*

Se informa del lugar a visitar	Encuestados	Porcentajes
Siempre	**81**	**69%**
Ocasionalmente	21	18%
Nunca	**16**	**13%**
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 10: *Pregunta N°3*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Con los datos obtenidos de la tabulación de la encuesta, siempre ha sido la elección de 81 personas dando un porcentaje de 78%, ocasionalmente con 21 encuestados que corresponde al 18%, nunca con 16 encuestados que corresponde al 13%. El resultado de esta tabulación es que los encuestados siempre se informan del lugar a visitar, por lo tanto el diseño de una revista de promoción turística de Poaló tendrá un buen recibimiento por el contenido informativo de la revista.

4.- ¿Conoce la parroquia Poaló, del cantón Latacunga?

Tabla 18: *Pregunta N°4*

Conoce la parroquia Poalo	Encuestados	Porcentaje
Si	106	97%
No	12	3%
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 11: *Pregunta N°4*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis En relación a la pregunta tabulada, 106 personas respondieron si lo que corresponde al 97%, mientras que 12 personas respondieron que no lo que corresponde al 3%, Este resultado impulsa al desarrollo del diseño de la revista de promoción turística de Poaló, y de esta manera motivar a los turistas a visitar la parroquia.

5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poaló?

Tabla 19: *Pregunta N°5*

Medio	Encuestados	Porcentaje
Revistas	**66**	**52%**
Redes Sociales	34	34%
Publicidad (TV, Banners)	**18**	**14%**
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

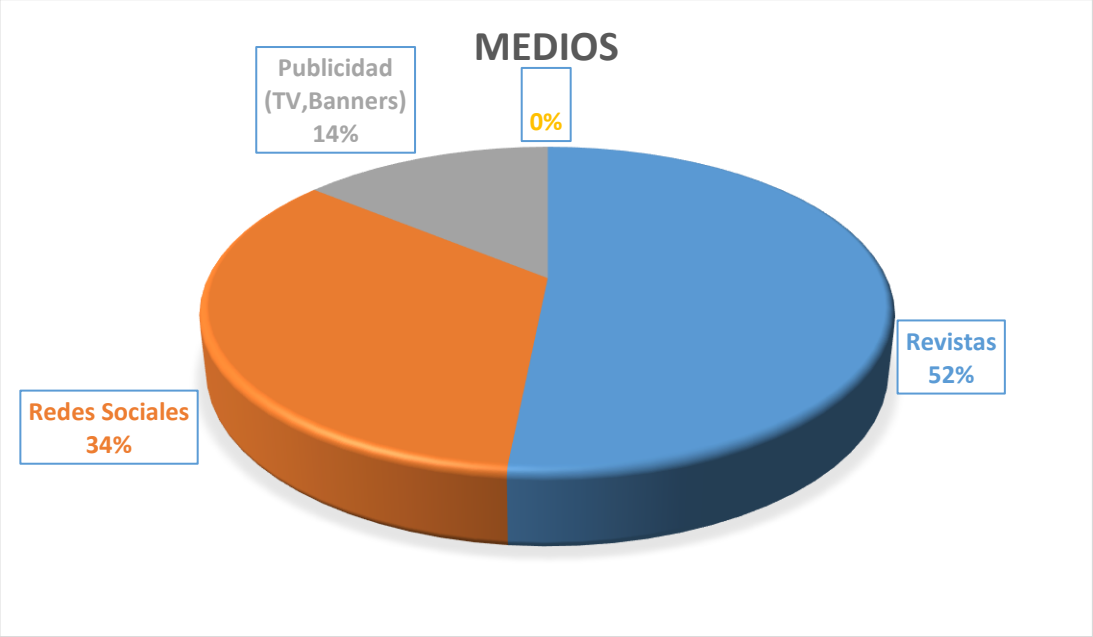


Figura 12: *Pregunta N°5*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis En relación a la pregunta tabulada, 66 personas eligieron revistas lo que corresponde al 52%, 34 personas eligieron redes sociales lo que corresponde al 34%, mientras que 18 personas eligieron publicidad (TV, Banners). El resultado de esta tabulación demuestra que el 52% personas encuestadas les gustaría que la parroquia Poaló se promocione por medio de revistas siendo este el tema del proyecto.

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Tabla 20: *Pregunta N°6*

Contenido de una revista	Encuestados	Porcentaje
Fotografías	42	36%
Entrevistas de vida	**32**	**27%**
Información escrita	44	37%
Total	**118**	**100%**

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 13: *Pregunta N°6*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Según la pregunta 6, de 118 personas encuestadas, 42 opinaron que las fotografías es el contenido más importante en una revista con 36%, 32 personas eligieron entrevistas de vida con un porcentaje del 27%, mientras que 44 personas escogieron información escrita con 37%. Los resultados de esta pregunta sirven para enfocar el contenido de la revista considerando lo que a los encuestados les gusta más y así llegar de mejor manera a los clientes potenciales.

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poaló?

Tabla 21: *Pregunta N°7*

Información para la revista	Encuestados	Porcentaje
Información de atractivos	0	0%
Historia	0	0%
Gastronomía	**0**	**0%**
Costumbres y tradiciones	0	0%
Todas las anteriores	**118**	**100%**
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 14: *Pregunta N°7*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Según la pregunta 7, de las personas encuestadas 118 eligieron todas las anteriores con un porcentaje del 100%, es decir que están de acuerdo en que la revista contenga información de atractivos, gastronomía, historia, costumbres y tradiciones. Según los resultados de esta pregunta queda demostrado que los temas a exponer en la revista serán de total aceptación para los clientes.

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Tabla 22: *Pregunta N°8*

Atractivos	Encuestados	Porcentaje
Hacienda Tilipulo	93	79%
Museo H. Tilipulo	8	7%
Jardines H, Tilipulo	7	6%
Iglesia Miraflores	10	8%
Ninguno	0	0%
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

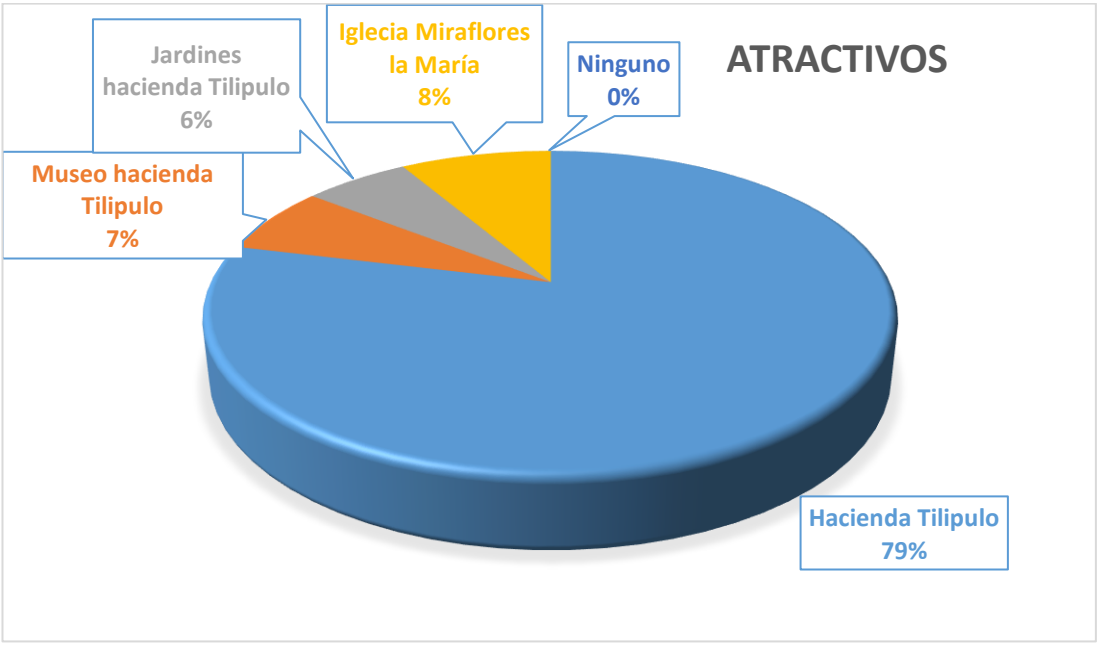


Figura 15: *Pregunta N°8*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Según los resultados de la pregunta 8, de 118 personas encuestadas 93 personas eligieron la hacienda Tilipulo con 79%, 8 personas escogieron museo de la Hacienda Tilipulo con 7%, 7 personas escogieron Jardines de la hacienda Tilipulo con 6%, la iglesia de Miraflores la María fue la elección de 10 personas con 8%, mientras que la opción de ninguno tiene 0%. Con los resultados de la tabulación queda demostrado que el principal atractivo a promocionar "Hacienda Tilipulo" es el de mayor interés para la población.

9.- ¿Bajo su criterio considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poaló?

Tabla 23: Pregunta N°9

Favorecerá a la promoción	Encuestados	Porcentaje
De acuerdo	112	95%
Medio acuerdo	6	5%
Desacuerdo	0	0%
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 16: *Pregunta N°9*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Según la tabulación de la pregunta 9 expone los siguientes resultados, 112 personas están de acuerdo en que la elaboración de una revista de promoción turística ayudara al cantón con un porcentaje del 95%, 6 personas están en medio acuerdo con un 5%, mientras que ninguna persona está en desacuerdo con un porcentaje del 0%. Con los resultados de esta pregunta queda comprobado que el proyecto de titulación es viable.

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poaló?

Tabla 24: *Pregunta N°10*

Adquiriría la revista	Encuestados	Porcentaje
Si	115	97%
No	1	1%
Tal vez	2	2%
Total	118	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 17: *Pregunta N°10*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis Según 118 personas encuestadas, 115 escogieron que si adquirirían una revista de promoción turística de la parroquia con un porcentaje del 97%, 1 persona dijo que no adquiriría con el 1% de porcentaje, mientras que 2 personas dijeron que tal vez adquiriría la revista con un 2%. Bajo los resultados de esta pregunta se comprueba que la revista tendrá gran aceptación.

5.02 Descripción de la herramienta o metodología que se propone como solución

El proyecto tiene por finalidad diseñar una revista de promoción turística con la finalidad de aumentar la afluencia turística en la parroquia Poaló, del cantón Latacunga, con lo cual los habitantes y prestadores de servicios se verán beneficiados económicamente por la afluencia de turistas además de diseñar la revista se contará con material de apoyo como:

Revista: Contará con, historia de la parroquia, costumbres, tradiciones, atractivos turísticos (Hacienda Tilipulo), gastronomía, vías de acceso, entre otros.

Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, donde se expondrá fotografías e información propia de la revista.

Nombre de la revista: Poaló Revista Turística.

Medida de la revista: A4 210x297

Material utilizado: Papel ecológico, Full color

Gráficos: 70%

Teórico: 30%

Índice:

Carta Editorial	1
Misión y visión	2
Índice	3
Contenido	4

Historia de la parroquia	5
Gastronomía	7
Costumbres y tradiciones	10
Atractivos de la parroquia	17
Vías de acceso	25

Propósito del proyecto

Diseñar una revista sobre la parroquia Poaló para brindar información del mismo y entregar un producto de calidad que despierte el interés de los compradores y lectores, con un contenido adecuado para el grupo de personas al que va dirigido y de esta manera tenga una buena aceptación ante el público.

Desarrollo

Para el diseño y elaboración de la revisa se recopilo información indispensable y necesaria de los temas que se han considerado para estar dentro de la revista, tomar fotografías referentes a los temas a exponer dentro de la revista, también para la maquetación ideal y atractiva visualmente para llamar la atención de nuestro grupo objetivo.

5.02.01 Diseño de la revista

Tipo de publicación

Revista

Temática

El diseño de una revista de promoción turística, cuyo contenido sea de interés para los turistas que vayan a visitar la parroquia Poaló del cantón Latacunga.

Formato

A4

Número de páginas

25

Tipo de papel

Papel ecológico 150gr – 300gr, papel reciclado full color.

Tintas: 4+0/ 4+4

Se imprimen los cuatro colores base (blanco, negro, celeste, azul) en una de las caras del papel (4+0) o en las dos caras (4+4). A esta impresión la llamamos "full color o a todo color", la gama de colores que se pueden reproducir es amplia.

Barniz: Barniz selectivo UVI, para la portada de la revista y su logo. (La imprenta, 2016)

Prensa

Impresión directa

Las primeras impresiones fueron directas, esto se refiere a que el elemento al que se le entrega la tinta y define la figura que va a ser impresa, en matiz, transfiere la tinta al substrato, es caracterizado porque el molde o la plancha se encarga de transferir la figura o la imagen sobre el soporte este puede ser papel, tela, entre otros. (Quintana , 2010)

Post prensa

Portada y contraportada, se utilizará papel couche, y el laminado. . (Revista, 2015)

Corte o refine

Se hacen tres cortes, el primer corte se hace con una escuadra antes de empezar el proceso, porque en ocasiones el papel tiene diferentes medidas por la fabricación, el proceso de corte o refinado evita problemas con los tamaños ya sea al momento del corte o de la elaboración. . (Revista, 2015)

El segundo corte se realiza cuando el trabajo ya está impreso sobre las marcas de corte establecidas, esto depende del tamaño de la revista, se debe dejar rebases de por lo menos tres milímetros para que en la impresión no aparezcan filos blancos cuando los elementos del diseño salgan de la página. . (Revista, 2015)

El tercer corte se realiza cuando se dobla el pliego para el encuadernado, el proceso de corte se hace fuera de marcas finales y el refilado se realiza cuando la impresión está encuadernada, el refinado para cualquier tipo de encuadernado se lo realiza con guillotinas trilaterales, la revista será encolada para que los lectores no tenga problema al agarrarla, al leer y observar la revista. . (Revista, 2015)

Alzado

Ordenar las hojas que conforman la revista, este proceso se puede realizar con máquinas que seleccionan, ordenan y arrojan hojas de una en una a lo largo de una banda móvil a mano. . (Revista, 2015)

Laminado o Barniz

Este acabado se realiza sobre el papel que ya se ha impreso, puede ser, mate o brillo, agrega protección a los impresos hace que dure mucho más y cuenta como un valor añadido, puede ser de diferentes tipos, barnizado de máquina, barnizado ultravioleta o UV y barnizado en serigrafía. (Revista, 2015)

En esta revista se usará el laminado puesto a que crea efectos en la superficie muy pronunciados y es resistente al roce.

5.02.02 Descripción del contenido de la revista

Editorial

Carta editorial. La revista se diseñó con el fin de promocionar la parroquia Poaló, para esto se ha realizado el levantamiento de información, tanto del atractivo como de la historia, gastronomía, costumbres y tradiciones de la parroquia. Uno de los principales logros a conseguir es tener mayor afluencia de turistas, ya que es indispensable. Todo esto, será adecuado e implementado a las condiciones que fueron planteadas, esto con el fin de no alterar el medio ambiente ni al atractivo.

El GAD parroquial de San José de Poaló; nos ha concedido el permiso para la creación, implementación de la revista de promoción turística, enfocando el estudio en la Hacienda Tilipulo que se encuentran en la Parroquia de Poaló, Latacunga, propiedad del GAD parroquial, hacienda la cual tiene entrada gratuita.

Agradezco y doy la bienvenida a los lectores.

Revista diseñada por: Luis Adrian Caguana Carlosama

Estudiante de la carrera de Administración Turística y Hotelera, del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Fuente de información: GAD parroquial San José de Poaló.

Contactos: 0998542066 – 02 3440660

Email: adriancaguana@hotmail.com

Historia

El contenido de la historia estará basada en sucesos importantes para la parroquia, se tomara datos importantes como fechas, y lugares para publicar un breve resumen de la parroquia con sus respectivas fotografías

Costumbres y tradiciones

La mama negra

- Cotopaxi es una provincia llena de maravillas, bellos paisajes, deliciosa comida, pero sobre todo sus festejos, uno de los festejos más llamativos de esta provincia es la mama negra, que reúne a todas sus parroquias y cantones en la bella ciudad de Latacunga, para dar la bienvenida a las personas de cada rincón del país que se hacen presentes en la comparsa de la mama negra, la mama negra representa a la Virgen María, este personaje siempre es un hombre vestido de mujer y estará en caballo, lleva en su mano derecha una muñeca negra ella es su hija cuyo nombre es Baltasara y con la mano izquierda arroja leche con agua al público. (Eduardo, 2015)

Baile de los inocentes

- Esta fiesta popular se la celebra el 28 de Diciembre en cada parroquia del cantón Latacunga, cada parroquia lo celebra de la diferente manera, en la parroquia de Poaló lo celebran con desfiles, comparsas, mascaradas,

disfraces, bailes, comidas típicas, y sin faltar cada año la a lección al mejor disfraz; las calles de la parroquia se llenan de luces y colores en esta fecha, puesto a que el baile de los inocentes es una costumbre que hasta la actualidad no se ha perdido en el cantón. (Eduardo, 2015)

Fiestas de fundación de la parroquia Poaló

- Las fiestas de fundación de la parroquia se realizan el 19 de marzo, una celebración que tiene una duración de tres días empezando con las comparsas, un desfile que derrocha alegría. En esta fiesta de fundación se hace presente la mama negra junto a los distintos personajes que galardonan a la misma, en los días de celebración disfrutamos de, mascaradas, bandas de pueblo, fuegos artificiales, desfiles y toros de pueblo. (Gobierno Autonomo Desentralizado Parroquia rural de San Jose de Poalo , 2014)

Vestimenta

- La vestimenta se diferencia, pues muchos habitantes usan ternos y otras vestimentas, aunque sigue persistiendo el uso de sombrero, especialmente en la población adulta y muy poco en los jóvenes, en lo más alto de la parroquia de Poaló, se usa el poncho de lana de oveja de colores, sombrero de paño, pantalón y camisa de tela de diferentes colores, para los pies usan zapatos de cuero cuando están en la comunidad ya que para las labores de campo se usan botas de caucho, Las mujeres por su parte usan el sombrero de paño o de lana, en caso de adultos mayores, bayetas de poliéster u orlón de colores, se cobijan la espalda con chalinas o con rebozos de lanilla de colores vivos, en el cuello y muñecas se colocan gargantillas o manillas de millo de color rojo,

para los pies utilizan zapatos de cuero. (Gobierno Autonomo Desentralizado Parroquia rural de San Jose de Poalo , 2014)

Gastronomía

Chugchucaras

- Un plato típico muy conocido en toda la provincia de Cotopaxi, perfecto para la hora de almuerzo, las chugchucaras que etimológicamente quiere decir "Cuero Tembloroso", este plato basado en la carne de cerdo v acompañado con todos los aderezos ya conocidos como:

  Fritada (carne de cerdo), papas fritas, plátano maduro, tortillas de maíz, cuero de cerdo, tostado, mote, canguil, aguacate queso y aguacate.

  En este plato se puede disfrutar de los tres tipos de maíz (tostado, canguil, mote), y se compaña con un vaso de chicha. (Núñez, 2013)

  La preparación se debe colocar en una olla grande agua, la carne de cerdo cortada en pequeños pedazos junto al cuero del cerdo, incorporamos sal, pimienta, y las especias en cantidad necesaria, se enciende a fuego alto y se espera a que se evapore el agua una vez que queda prácticamente sin agua, se agrega aceite para de esta manera se logre que el cerdo quede frito, se procede a retirar los trozos de cerdo de la olla y en la misma grasa se fríen las papas y los plátanos. (Núñez, 2013)

  Para servir, en un plato sobre cuatro hojas de lechuga se coloca, los cuatro tipos de maíz, los plátanos, sobre todo esto se colocan los trozos de carne y el cuero de cerdo a un costado se decora con tres rodajas de aguacate, queso y dos tortillas de maíz. (Núñez, 2013)

Allullas

- Las allullas son hechas de harina de trigo, la cual es cocida con manteca pura de chancho y huevos, esta receta de elaboración es de factura tradicional de la provincia de Cotopaxi, aunque las allullas sean derivadas de la gastronomía campesina española, Poaló fue la primera parroquia de Latacunga en elaborarlas volviéndola un plato típico en la provincia, la elaboración actual mantiene el nivel de calidad en una pequeña proporción, hoy por hoy la parroquia posee una gran cantidad de sitios que manufacturan allullas, mientras que la venta de este alimento se hace en la ciudad de Latacunga. (Núñez, 2013)

  Los ingredientes que se necesitan para la elaboración de allullas son Harina de trigo, Agua, Sal, Azúcar (Núñez, 2013)

  Levadura prensada

  Su preparación consiste en mezclar todos los ingredientes en un recipiente y amasarlos hasta conseguir una masa tersa, se forma una bola con la masa, y se cubre la masa con un paño, se deja reposar durante dos horas, después se le da una forma redonda y se la coloca en una tabla de hornear, se hornean a 350°F, posterior a esto se las deja enfriar y se las empaca para la venta. (Núñez, 2013)

Tortillas de maíz

- Las tortillas de maíz son uno de los platos típicos más representativos de la provincia de Cotopaxi, indiscutiblemente la gastronomía constituye parte importante de la identidad de un pueblo, son derivados de una de las

principales fuentes alimenticias de nuestros antepasados; el maíz, estas tortillas son originales de una parroquia de Guaytacama, pero su delicioso sabor a hecho que en la provincia más de una persona se dedique a su elaboración y comercialización. El secreto de la exquisitez de este plato es la harina de maíz elaborada con manteca de cerdo, sal y otros condimentos, en el centro lleva queso con cebolla blanca finamente picada y frita a punto, sin embargo las manos expertas en la materia sostienen que es fundamental tostarlas a leña, para explotar su sabor. (Estrella, 2014)

Queso de hoja

- El queso de hoja es un aperitivo típico en algunas zonas del ecuador el nombre se le debe a la hoja de achira, y al dejar en reposo el queso en la hoja le da un sabor único, no es un plato representativo de la zona sin embargo varios de los restaurantes de la zona lo ofrecen junto a una taza de chocolate y tortillas de maíz típicas de la provincia. (Estrella, 2014)

Atractivos del Cantón

Hacienda Obraje Tilipulo

- Tilipulo genera un cúmulo infinito de maravillosa realidad, esta vieja casona majestuosa en aquel valle apacible cercano al pueblo de Poaló, guarda los misterios de añosas estirpes aborígenes los recuerdos de acaudalados patrones, la mística y sobriedad de Jesuitas taciturnos y el espíritu rebelde de ínclitos varones que proclamaron el derecho de ser libres. (Latacunga, 2017)

Aspecto arquitectónico de Tilipulo

- Columnas y arquerías clásicas, atrios, pináculos, azoteas de estirpe, frontones, triangulares, escaleras, torres de gusto barroco, bóveda de caña. A falta de documentos, los caracteres arquitectónicos dan a la crítica un mínimo para señalar como autor del monumento, que por primera vez se pone a la vista en todo en su esplendor, al arquitecto jesuita Marcos Guerra, el mismo que en 1662 por comisión del cabildo de Quito, hace las reparaciones de las casas de la ciudad, averiada por los temblores de la época en 1563, el hermano Marcos había probado capacidad de constructor, el arquitecto jesuita logra despegar su genio de artista en esta misión señorial. (Latacunga, 2017)

El reloj del sol

- "El miso que servía para ver la hora exacta dependiendo del clima ya que nos permite observar del lado norte y sur". (Latacunga, 2017)

El purificador de agua

- "Tecnología estupenda para la época se trata de un recipiente elaborado en piedra pómez en el cual se le coloca una porción de carbón, posteriormente agua, la misma filtraba y estaba lista para el consumo". (Latacunga, 2017)

El cementerio

- "Tiene sus inicios en la época Incásica donde esta parte de la hacienda sirvió como cementerio para la gente trabajadora de la misma". (Latacunga, 2017)

El árbol más antiguo

- “Tenemos la oportunidad de ver y conocer un árbol de eucalipto aromático donado por García Moreno, y muy cerca se encuentra el árbol de molle de 50 años, cuyas flores huelen y saben igual que la primavera”. (Latacunga, 2017)

La rueda de molino

- Sentada como base de una especia de cripta, gracias a sus ventajas que emanaba aceite sirvió en sus grandiosos tiempos para moles linaza, trabajo que dejó sorprendido a Eugenio Espejo en 1792 y esa fue una de las razones que aquel majestuoso hombre se enamoró y quedó ilusionado con tan hermosa hacienda. (Latacunga, 2017)

El pozo

- Una construcción única igualmente realizada en piedra pómez, con una puerta metálica torneada de protección, unas gradas de piedra que nos llevan hacia el encuentro de un elemento vital que servía para abastecer a toda la población que se encontraban en tan majestuosa Hacienda.

  El mito del pozo: se dice que aquel lugar se escondían los patriotas cuando eran perseguidos por los españoles para posteriormente salir por un pasadizo o túnel secreto que llega hasta la hacienda de Tilipulito, la parte lateral que da al potrero norte de la Hacienda, para nuevamente reagruparse y seguir luchando para conseguir la libertad. (Latacunga, 2017)

El calabozo

- Construido dentro de la hacienda con la finalidad de castigar a los esclavos por faltas o por querer escapar del maltrato de sus amos.

  El mito del calabozo: cuenta la historia que por la noche se quejan las almas que sufrieron encarcelados y maltratados por parte de sus amos. (Latacunga, 2017)

El teléfono

- Continuando con el recorrido nos topamos con unas escalinatas semicirculares testigos de que fueron introducidas tendencias “neocoloniales” las mismas que nos llevan a un sistema de comunicación muy grandioso, situada en la terraza, llamada teléfono, este se lo ocupaba especialmente con la gente enferma ya que en aquella época no se disponía de medicamentos para contrarrestar enfermedades, por ello se les ubicaba a una persona en cada extremo con la finalidad de que puedan ponerse en contacto con sus familiares. (Latacunga, 2017)

Vías de acceso

“Se toma la carretera panamericana /troncal de la sierra E35, hacia la vía Saquisili se avanza 8,8 km, hacia la vía Saquisili-Poaló se avanza 3,9 km y llegaremos a la parroquia “San José de Poaló”.”

“El tiempo estimado de llegada a la parroquia es de 20 minutos aproximadamente desde la carretera panamericana/ troncal de la sierra E35.s”

5.02.03 Material promocional

Fan Page

Facebook

La página de Facebook será utilizada para ofrecer descuentos, para exponer fechas especiales para distintos tipos de visitas a la hacienda, ya sea recorridos nocturnos o eventos realizados en la misma, además de contar con información de primera mano sobre el cantón, números de contacto y los lugares donde pueden adquirir la revista.

Twitter

Se compartirán fotos de la parroquia, parte de la información que contenga la revista, esta página será utilizada principalmente para logran que la parroquia y la hacienda se vuelvan virales ya que en la actualidad twitter es una de las redes más utilizadas a nivel mundial en la cual por medio de los hashtags logran que videos, fotos, información, y lugares se vuelvan virales.

Instagram

Instagram es la red social que es utilizada mayormente para promociones y publicidad, en la página se observara fotografías de la hacienda Tilipulo y de la parroquia de Poaló, así como también por este medio se realizara distintas actividades para que los instagramers recomienda el lugar.

Correo Electrónico

Este será utilizado principalmente con las personas que hayan adquirido la revista y que visiten la hacienda, con el fin de hacerle llegar a los clientes información de su

interés referente a la parroquia además de que estarán al tanto de las actualizaciones anuales de la revista.

5.02.04 Levantamiento de atractivos

Tabla 25: *Ficha de clasificación de atractivos*

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS								
1. NOMBRE		2. FICHA Nº	3. FICHAS ASOCIADAS					
Hacienda Tilipulo		1	2-3-4					
4. Categoría	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. Estado de conservación del atractivo	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5,5, Estado de Interés
Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura	Medio	bueno	No	Parcial	N/E	Local, nacional
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 Latitud	6.2 Longitud 00º54 45”	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO		
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)
00°54 45¨	-78.6667	1500 msnm	Estación seca	7°C	500 a 2000 cm3	Estación húmeda	9 a 18°C	2000 a 3000 cm3
6.6 Provincia	6.7 Cantón	6.8 Parroquia	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras Referencias
Cotopaxi	Latacunga	San José de Poaló	Barrio Poaló	Zona 3	11 de noviembre	N/E	SAQUISILI	N/E
7. ACCESO								
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de acceso	7.4 Subtipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Público	7.8 Horario	7.9 Observaciones

Latacunga – San José de Poaló Hacienda Tilipulo	19.3 KM	Asfaltado, empedrado	Primer y segundo orden	Bueno, regular	Privado/ público.	De lunes a domingo	1 Hora, informes en la estación	Transporte sale desde el terminal Latacunga.
7.10. Horario de Ingreso	7.11 Precios (USD.)	7.13 Requisitos de Ingreso		7.14. Propietario	7.15 Persona de Contacto	7.16 Teléfono	7.17 Correo Electrónico	7.18 Página Web
De lunes a domingo 07 H 00 a 15H 00	Gratuito	Disposición física y mental		N/E	N/E	N/E	N/E	N/E

8. DESCRIPCIÓN
Este lugar tiene más de 300 años de historia al inicio se lo llamo monasterio de San Juan Bautista, era un lugar de reposo y meditación para los monjes y para venerar al profeta que fue el patrono de la hacienda, la hacienda Tilipulo jugó un papel importante en la gesta libertaria de Latacunga del 11 de nov de 1820 ya que este lugar albergó a los patriotas, desde este sitio se planificó la libertad de: Machachi, Ambato, Riobamba y Guaranda, simultáneamente. La hacienda Tilipulo es visitada por el reloj del sol, el purificador de agua, el calabozo, el pozo, el eucalipto aromático, la iglesia Miraflores La María y el conversatorio
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES
Recorridos
10.TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE

10. Meses de temporada alta	10.2 Tipo	10.3 Procedencia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad	10.7 Medio por el que identificó el lugar
Septiembre, Noviembre, Marzo	General	Nacional/Local/ Extranjeros	Todas las edades	Masculino, Femenino, LGBTI.	LIBRE	Entrevista personal

11. SERVICIOS								
11.1 Estacionamiento	11.2 Alimentación	11.3 Alojamiento	11.4 Baterías Sanitarias	11. 5 Servicio de guianza	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señalización para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalización Interna
SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI

11.10 Tipo de Señalización Interna	11.11 Contenedores de Basura	11.12 Seguridad	11.13 Mantenimiento	11.15 Información sobre el Recurso	11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Suvenires	Observaciones
Señalética turística y vial	Si	Si	Si	Si	No	NO	Escasa información

11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente
No	Si, todas las operadoras	N/E	NO	Información por parte de los guías, el atractivo brinda seguridad al turista.

12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN		
12.1 Nombre de la Empresa Operadora / Personas	12.2 Actividad	12.3 Permiso de Operación
Tiendas comunitarias restaurantes		



http://www.haciendalacienega.com/historia/

14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS

Entrevista con el guía del lugar

15. OBSERVACIONES

Escasa información

16. CRÉDITOS INSTITUCIONALES

	16.1 Levantamiento de Información	16.2 Procesamiento	16.3 Revisión	16. 4 Aprobación
Fecha:	Septiembre-27	Septiembre-27	Octubre-23	Octubre-23
Nombre:	Adrian Caguana	Adrian Caguana	Lic. Sylvia Mera	Lic. Sylvia Mera
Función:	Investigador	Investigador	Tutor de proyectos	Tutor de proyectos
Institución:	ITSCO	ITSCO	ITSCO	ITSCO
Firma:				

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Tabla 26: *Ficha de clasificación de atractivos*

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS		
1. NOMBRE	2. FICHA Nº	3. FICHAS ASOCIADAS

Museo Hacienda Tilipulo		2	1-3-4					
4. Categoría	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. Estado de conservación del atractivo	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5,5, Estado de Interés
Manifestaciones Culturales	Etnografía	Museos, artesanías	Medio	Bueno	No	Parcial	N/E	Local, nacional
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 Latitud	6.2 Longitud	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO		
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)
00°54 45¨	-78.6667	1500 msnm	Estación seca	7°C	500 a 2000 cm3	Estación húmeda	9 a 18°C	2000 a 3000 cm3
6.6 Provincia	6.7 Cantón	6.8 Parroquia	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras Referencias
Cotopaxi	Latacunga	San José de Poaló	Barrio Poaló	Zona 3	11 de noviembre	N/E	SAQUISILI	N/E
7. ACCESO								
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de acceso	7.4 Subtipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Público	7.8 Horario	7.9 Observaciones
Latacunga – San José de Poaló Hacienda Tilipulo	19.3 KM	Asfaltado, empedrado	Primer y segundo orden	Bueno, regular	Privado/ público.	De lunes a domingo	1 Hora, informes en la estación	Transporte sale desde el terminal Latacunga.
7.10. Horario de Ingreso	7.11 Precios (USD.)	7.13 Requisitos de Ingreso		7.14. Propietario	7.15 Persona de Contacto	7.16 Teléfono	7.17 Correo Electrónico	7.18 Página Web

De lunes a domingo 07 H 00 a 15H 00	Gratuito	Disposición física y mental	N/E	N/E	N/E	N/E	N/E

8. DESCRIPCIÓN
El museo de la hacienda obraje Tilipulo tiene una gran riqueza patrimonial ubicada en la parroquia Poaló en el barrio Tilipulo, al visitar este lugar podremos conocer cada uno de sus objetos y su historia.
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES
Recorridos

10.TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE						
10. Meses de temporada alta	10.2 Tipo	10.3 Procedencia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad	10.7 Medio por el que identificó el lugar
Septiembre, Noviembre, Marzo	General	Nacional/Local/ Extranjeros	Todas las edades	Masculino, Femenino, LGBTI.	LIBRE	Entrevista personal

11. SERVICIOS								
11.1 Estacionamiento	11.2 Alimentación	11.3 Alojamiento	11.4 Baterías Sanitarias	11. 5 Servicio de guianza	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señalización para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalización Interna
SI	Si	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI

11.10 Tipo de Señalización Interna	11.11 Contenedores de Basura	11.12 Seguridad	11.13 Mantenimiento	11.15 Información sobre el Recurso	11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Suvenires	Observaciones
Señalética turística y vial	Si	Si	Si	Si	No	NO	Escasa información

11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente
No	Si, todas las operadoras	N/E	NO	Información por parte de los guías, el atractivo brinda seguridad al turista.

12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN			
12.1 Nombre de la Empresa Operadora / Personas	12.2 Actividad	12.3 Permiso de Operación	
Tiendas comunitarias restaurantes			
https://app.emaze.com/@AFQLWIFI#5			
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS			
Entrevista con el guía del lugar			
15. OBSERVACIONES			
Escasa información			

16. CRÉDITOS INSTITUCIONALES				
	16.1 Levantamiento de Información	16.2 Procesamiento	16.3 Revisión	16. 4 Aprobación
Fecha:	Septiembre-27	Septiembre-27	Octubre-23	Octubre-23
Nombre:	Adrian Caguana	Adrian Caguana	Lic. Sylvia Mera	Lic. Sylvia Mera
Función:	Investigador	Investigador	Tutor de proyectos	Tutor de Proyectos
Institución:	ITSCO	ITSCO	ITSCO	ITSCO
Firma:				

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Tabla 27: *Ficha de clasificación de atractivos*

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS								
1. NOMBRE		2. FICHA Nº	3. FICHAS ASOCIADAS					
Jardines Hacienda Tilipulo		3	1-2-4					
4. Categoría	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. Estado de conservación del atractivo	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5,5, Estado de Interés

Manifestaciones Culturales	Históricas	Museos	Medio	Bueno	No	Parcial	N/E	Local, nacional
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 Latitud	6.2 Longitud	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO		
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)
00°54 45¨	-78.6667	1500 msnm	Estación seca	7°C	500 a 2000 cm3	Estación húmeda	9 a 18°C	2000 a 3000 cm3
6.6 Provincia	6.7 Cantón	6.8 Parroquia	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras Referencias
Cotopaxi	Latacunga	San José de Poaló	Barrio Poaló	Zona 3	11 de noviembre	N/E	SAQUISILI	N/E
7. ACCESO								
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de acceso	7.4 Subtipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Público	7.8 Horario	7.9 Observaciones
Latacunga – San José de Poaló Hacienda Tilipulo	19.3 KM	Asfaltado, empedrado	Primer y segundo orden	Bueno, regular	Privado/ público.	De lunes a domingo	1 Hora, informes en la estación	Transporte sale desde el terminal Latacunga.
7.10. Horario de Ingreso	7.11 Precios (USD.)	7.13 Requisitos de Ingreso		7.14. Propietario	7.15 Persona de Contacto	7.16 Teléfono	7.17 Correo Electrónico	7.18 Página Web
De lunes a domingo 07 H 00 a 15H 00	Gratuito	Disposición física y mental		N/E	N/E	N/E	N/E	N/E
8. DESCRIPCIÓN								
Los jardines de la hacienda obraje Tilipulo tiene una gran riqueza histórica ubicada en la parroquia Poaló en el barrio Tilipulo, al visitar este lugar podremos conocer gran parte de la historia que tiene cada uno de estos patios.								
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES								
Recorridos								
10.TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE								

10. Meses de temporada alta	10.2 Tipo	10.3 Procedencia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad		10.7 Medio por el que identificó el lugar	
Septiembre, Noviembre, Marzo	General	Nacional/Local/ Extranjeros	Todas las edades	Masculino, Femenino, LGBTI.	LIBRE		Entrevista personal	
11. SERVICIOS								
11.1 Estacionamiento	11.2 Alimentación	11.3 Alojamiento	11.4 Baterías Sanitarias	11. 5 Servicio de guianza	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señalización para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalización Interna
SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI
11.10 Tipo de Señalización Interna	11.11 Contenedores de Basura	11.12 Seguridad	11.13 Mantenimiento	11.15 Información sobre el Recurso		11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Suvenires	Observaciones
No	SI	SI	SI	SI		No	NO	Escasa información
11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente				
No	Si, todas las operadoras	N/E	NO	Información por parte de los guías, el atractivo brinda seguridad al turista.				
12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN								
12.1 Nombre de la Empresa Operadora / Personas	12.2 Actividad	12.3 Permiso de Operación						
Tiendas comunitarias restaurantes								
https://especiales.elcomercio.com/2013/07/EcuadorTuEcuador/Ecuador/iframe.php?id=746								
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS								
Entrevista con el guía del lugar								

15. OBSERVACIONES				
Escasa información y señalización.				
16. CRÉDITOS INSTITUCIONALES				
	16.1 Levantamiento de Información	16.2 Procesamiento	16.3 Revisión	16. 4 Aprobación
Fecha:	Septiembre-27	Septiembre-27	Octubre-23	Octubre-23
Nombre:	Adrian Caguana	Adrian Caguana	Lic. Sylvia Mera	Lic. Sylvia Mera
Función:	Investigador	Investigador	Tutor de proyectos	Tutor de Proyectos
Institución:	ITSCO	ITSCO	ITSCO	ITSCO
Firma:				

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Tabla 28: *Ficha de clasificación de atractivos*

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS								
1. NOMBRE		2. FICHA Nº	3. FICHAS ASOCIADAS					
Iglesia Miraflores La María		4	1-2-3					
4. CATEGORÍA	4.1 Tipo	4.2 Subtipo	5. Estado de conservación del atractivo	5.1 Estado de Conservación del Entorno	5.2 Declaratoria de Patrimonio	5.3 Nivel de Protección	5.4 Entidad que lo Declara	5,5, Estado de Interés
Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura	Medio	Bueno	No	Parcial	N/E	Local, nacional
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 Latitud	6.2 Longitud	6.3 Altitud	6.4 Estacionalidad / PERÍODO SECO			6.5 Estacionalidad / PERÍODO HUMEDO		
			Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)	Época	Temperatura Media °C	Precipitación Pluviométrica (cm3)
00°54 45¨	-78.6667	1500 msnm	Estación seca	7°C	500 a 2000 cm3	Estación húmeda	9 a 18°C	2000 a 3000 cm3
6.6 Provinci	6.7 Cantón	6.8 Parro	6.9 Sector	6.10 Zona	6.11 Calle	6.12 No.	6.13 Transversal	6.14 Otras

a		quia						Referencias
Cotopaxi	Latacunga	San José de Poaló	Barrio Poaló	Zona 3	11 de noviembre	N/E	SAQUISILI	N/E
7. ACCESO								
7.1 Desde	7.2 Distancia	7.3 Tipo de acceso	7.4 Subtipo	7.5 Estado de la vía	7.6 Medio de Transporte	7.7 Frecuencia Transporte Público	7.8 Horario	7.9 Observaciones
Latacunga – San José de Poaló Hacienda Tilipulo	19.3 KM	Asfaltado, empedrado	Primer y segundo orden	Bueno, regular	Privado /público.	De lunes a domingo	1 Hora, informes en la estación	Transporte sale desde el terminal Latacunga.
7.10. Horario de Ingreso	7.11 Precios (USD.)	7.13 Requisitos de Ingreso		7.14. Propietario	7.15 Persona de Contacto	7.16 Teléfono	7.17 Correo Electrónico	7.18 Página Web
De lunes a domingo 07 H 00 a 15H 00	Gratuito	Disposición física y mental		N/E	N/E	N/E	N/E	N/E
8. DESCRIPCIÓN								
La iglesia de la hacienda obraje Tilipulo tiene una gran riqueza histórica ubicada en la parroquia Poaló en el barrio Tilipulo, al visitar este lugar podremos conocer gran parte de la historia y para que fue utilizada.								
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES								
Recorridos								
10.TIPO DE PÚBLICO / CLIENTE / VISITANTE								
10. Meses de temporada alta	10.2 Tipo	10.3 Procedencia	10.4 Edad	10.5 Género	10.6 Estancia de los turistas por actividad		10.7 Medio por el que identificó el lugar	
Septiembre, Noviembre, Marzo	General	Nacional/Local/ Extranjeros	Todas las edades	Masculino, Femenino, LGBTI.	LIBRE		Entrevista personal	
11. SERVICIOS								
11.1 Estacionamiento	11.2 Alimentación	11.3 Alojamiento	11.4 Baterías Sanitarias	11. 5 Servicio de guianza	11.6 Alquiler de equipos	11.7 Señalización para llegar	11.8 Rutas Auto guiadas	11.9 Señalización Interna
SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI

11.10 Tipo de Señalización Interna	11.11 Contenedores de Basura	11.12 Seguridad	11.13 Mantenimiento	11.15 Información sobre el Recurso	11.16 Folletos Informativos	11.17 Venta de Suvenires	Observaciones
No	SI	SI	SI	SI	No	NO	Escasa información

11.18 Teléfono Público	11.19 Cobertura de Celular	11.20 Formas de Pago Admitidas	11.21 Servicio WIFI	Servicio al cliente
No	Si, todas las operadoras	N/E	NO	Información por parte de los guías, el atractivo brinda seguridad al turista.

12. EMPRESAS / PERSONAS QUE OPERAN		
12.1 Nombre de la Empresa Operadora / Personas	12.2 Actividad	12.3 Permiso de Operación
Tiendas comunitarias restaurantes		



http://amalatacunga.com/portfolio/hacienda-tilipulo/

14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS

Entrevista con el guía del lugar

15. OBSERVACIONES

Escasa información y señalización

16. CRÉDITOS INSTITUCIONALES

	16.1 Levantamiento de Información	16.2 Procesamiento	16.3 Revisión	16. 4 Aprobación
Fecha:	Septiembre-27	Septiembre-27	Octubre-23	Octubre-23
Nombre:	Adrian Caguana	Adrian Caguana	Lic. Sylvia Mera	Lic. Sylvia Mera
Función:	Investigador	Investigador	Tutor de proyectos	Tutor de Proyectos
Institución:	ITSCO	ITSCO	ITSCO	ITSCO
Firma:				

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Tabla 29: *Ficha núcleo*

1. LOCALIDAD		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS	
Poaló		*ATPQ 1*			
4. ACCESOS					
Desde	**Distancia**	**Tipo de Vía**	**Estado**	**Medios de Transporte**	**Tiempo.**
Quito	112 Km	Asfaltado	Bueno	Público Privado	1 horas 39min
Guayaquil	334 Km	Asfaltado	Bueno	Público Privado	5 horas 35min
5. DESCRIPCIÓN					
La Parroquia de Poaló cuenta con 81 kilómetros cuadrados de superficie, es una de las zonas con planicies, y pequeñas elevaciones donde su principal actividad económica es la agricultura, ganadería, forestación y microempresas.					
6. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS					
Categoría	**Tipo**	**Subtipo**	**Recurso/Atractivo**		**Ficha**
Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura	Hacienda Tilipulo		01
			Iglesia Hacienda Tilipulo		02
		Museo	Jardines Hacienda Tilipulo		03
	Etnografía	Museo y Artesanías	Museo Hacienda Tilipulo		04

7. INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS GENERALES					
AGUA CONSUMO HUMANO	POTABLE	ENTUBADA	TRATADA	DE POZO	HORARIO SERVICIO
	X	X			Continuo
ENERGÍA ELÉCTRICA	SISTEMA INTERCONECTADO	GENERADOR	OTRO	VOLTAJE	HORARIO SERVICIO
	X	X			continuo
ALCANTARILLADO	RED PÚBLICA	POZO SÉPTICO	OTRO		
	x	X			
TELEFONÍA PÚBLICA	SERVICIO PÚBLICO	COBERTURA CELULAR	CABINAS	RECARGAS	INTERNET
	X	**X**	**X**	**X**	**X**
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	AUXILIO MECÁNICO	BANCOS	HORARIO DE ATENCIÓN	CAJEROS AUTOMATICOS
	X	**X**	**X**	**Continuo**	**X**
CENTRO DE SALUD	FARMACIA	SEGURIDAD	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS
	X	**X**	**X**	**X**	**X**
ESPACIOS RECREATIVOS	**OTROS**				
	X				

8. EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PARA EL TURISMO			
Actividad	**Tipo de Establecimiento**	**Nombre**	**Categoría**
ALOJAMIENTO	Hotel	Villa de Tacvnga	3 estrellas
	Hotel	Endamo	2 Estrellas
	Hotel	Cuello de Luna	3 Estrellas
	Hotel	Jhosed Imperial	5 Estrellas
	Hotel	Rosim	2 Estrellas
	Hotel	Rodulo	3 Estrellas
	Hotel	San Agustín Plaza	2 Estrellas
CENTROS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	Restaurante	Granato Gourmet	
	Restaurante	Bouna Grill	
	Restaurante	El Albarado	
	Restaurante	Coyote Loco	
	Restaurante	Futbol Times	
	Restaurante	El Gringo y la Gorda	
	Restaurante	Brocoline	
	Restaurante	La Terraza	
	Restaurante	Parrilla Quilotoa	
CENTROS DE DIVERSIÓN	Bar	La Esquina de Ales	
	Bar	El Lojanito	
	Sitio Natural	Plaza Santo Domingo	
	Sitio Cultural	Iglesia del Salto	
	Bar juvenil	Chokololis	
	Sitio Cultural	La Catedral	
	Bar Discoteca	La Hueca	
	Sitio Cultural	Casa de la Cultura	
	Complejo turistico	El Balcón	
	Bar Restaurant	Pepas Grill	
9. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS			
Guía turística del GAD Parroquial de Poaló.			
10. Realizado por: Adrian Caguana **12. Fecha: Sep /2018** **11. Supervisor evaluador: Lic. Sylvia Mera**			

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

5.03 Aplicación de la propuesta

Misión: Incrementar la afluencia turística en la parroquia de Poaló, impulsando el turismo no solo en la parroquia sino en el cantón Latacunga también, garantizando al turista la información pertinente y adecuada para que disfruten al máximo la visita a esta parroquia.

Visión: Posicionar a la parroquia Poaló, como una potencia turística, logrando un incremento considerable en turistas que conozcan y se refieran a la parroquia.

Estrategias: Alcanzar una buena promoción turística mediante el diseño de la revista, para brindar un producto de calidad, logrando llegar a cada turista de tal manera que le interese conocer la parroquia, y de esta manera recomiende la revista y el lugar que se está promocionando, se va a exponer dentro de la revista varios puntos como, historia, gastronomía, costumbres y tradiciones, entre otros.

Con la información expuesta en la revista se logrará, despertar el interés de los lectores y de esta manera esté correctamente informado antes de conocer el lugar, las redes sociales jugaran un papel importante dentro de la promoción ya que en la actualidad son muy utilizadas para brindar información, Facebook ya que podrá medir los resultados obtenidos gracias a los informes que esta red social entrega, Twitter ayudará a que el lugar se vuelva viral a gran nivel e Instagram se posteará fotos de la parroquia para que puedan conocerlo y para hacer distintos sorteos.

Estrategia creativa: La elaboración con creatividad debe ser impactante, fácil de visualizar, memorizar y que transmita lo que los turistas desean, para lograr la estrategia creativa debemos pasar por dos puntos la estrategia de contenido y la de codificación.

Estrategia de contenido: Se basa en el eje de comunicación cuyo fin es motivar a la compra de un producto o servicio que haya sido anunciado, para lograr esto se debe argumentar y motivar el producto o servicio que va adquirir el comprador y así reducir los frenos de compra.

Estrategia de codificación: Cuando el mensaje que se piensa transmitir está claro, se procede a transformarlo, convirtiendo a la idea creativa en mensajes visuales mismos que se deben trasmitir de manera rápida, eficaz y sintética.

Estrategias de medios: Esta estrategia trata de la forma de llegar a la mayor parte del público objetivo, aumentando así el número de impacto.

- Brindar información de calidad en cuanto a la revista, la cual sea sencilla de entender
- Lograr el compromiso del GAD y de los pobladores para que conserven los atractivos.
- Por medio de la revista los habitantes de la parroquia y del cantón tendrán una herramienta para aumentar la afluencia de turistas.
- Por medio de las redes sociales promocionar la parroquia y la hacienda Tilipulo, ya que en la actualidad estos medios son más utilizados por las personas.

Estilos

Tabla 30: *Estilos*

Titular	Letra	Familia
Títulos	**Times New Roman**	**Times New Roman**
Mayúsculas	**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**	
Minúsculas	**Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**	
Números	**0123456789**	
Símbolos	**( ) ¿? ¡! ”# · $ % &/=’ { } ; :- _.,+[ ]^ ***	
Cuerpo de texto	Times New Roman	Times New Roman
Mayúsculas	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ	
Minúsculas	Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz	
Números	0123456789	
Símbolos	( ) ¿? ¡! ”# · $ % &/=’ { } ; :- _.,+[ ]^ *	
Otras	Times New Roman	Times New Roman
Mayúsculas	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ	
Minúsculas	Abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz	
Números	0123456789	
Símbolos	( ) ¿? ¡! ”# · $ % &/=’ { } ; :- _.,+[ ]^ *	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Páginas master o retículas

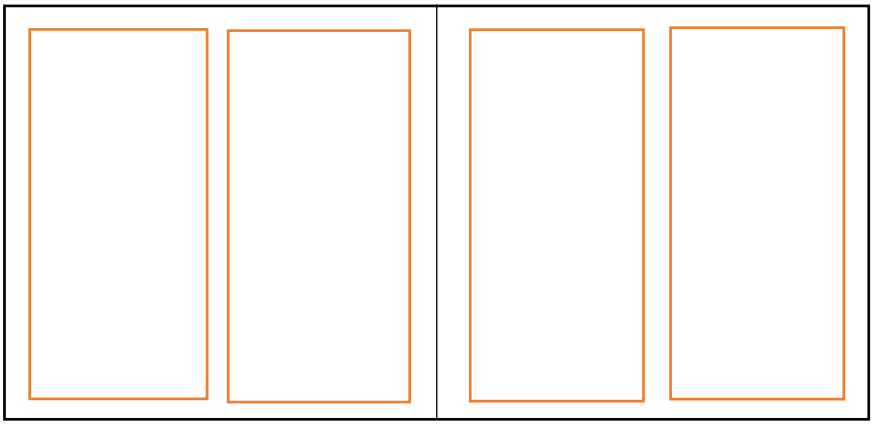


Figura 18 *Páginas master o retículas*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Imagen Corporativa



Figura 19: *Logotipo*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Significado del color

- **Turquesa:** es un color, evolvente, refrescante, tranquilizante, representa la meditación, nos obliga a dejar atrás el agobio y la confusión para relajarse y saciarnos por dentro.

- **Celeste:** el color de la generosidad, representa aquellas personas que han decidido sacar lo mundano de sus vidas.
- **Gris:** color que se relaciona con la independencia, la autosuficiencia, y autocontrol, también es un escudo de las influencias externas
- **Blanco:** símbolo de pureza y seguridad, el blanco siempre será el emblema del positivismo, pues representa un inicio afortunado.
- **Negro:** representa autoridad y fortaleza, también se lo asocia con el prestigio y la seriedad. (Euroresidentes, 2016)

Slogan



Figura 20: *Slogan*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Portada



Figura 21: Portada
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Contraportada

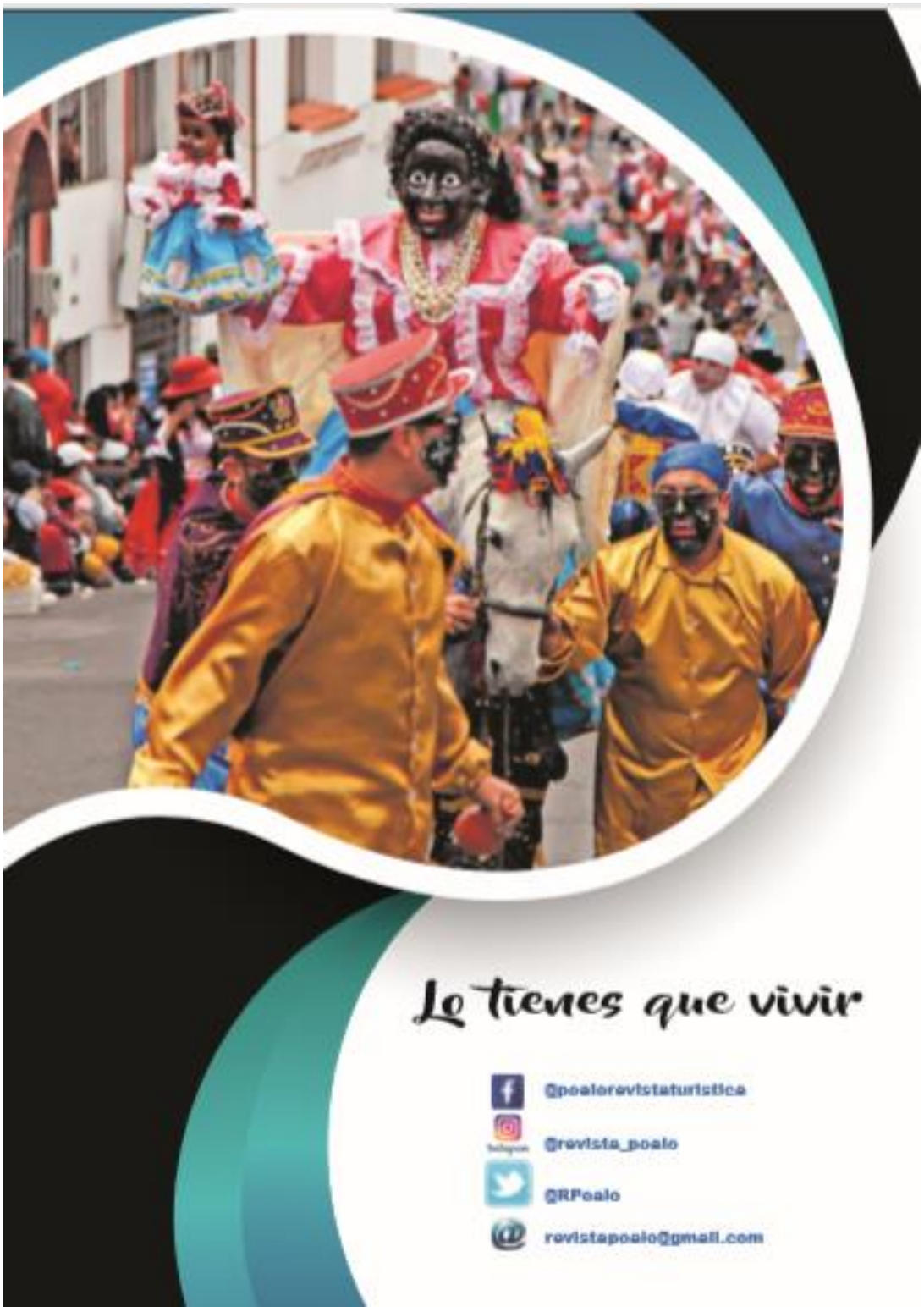


Figura 22: *Contraportada*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Maquetación



Figura 23: *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

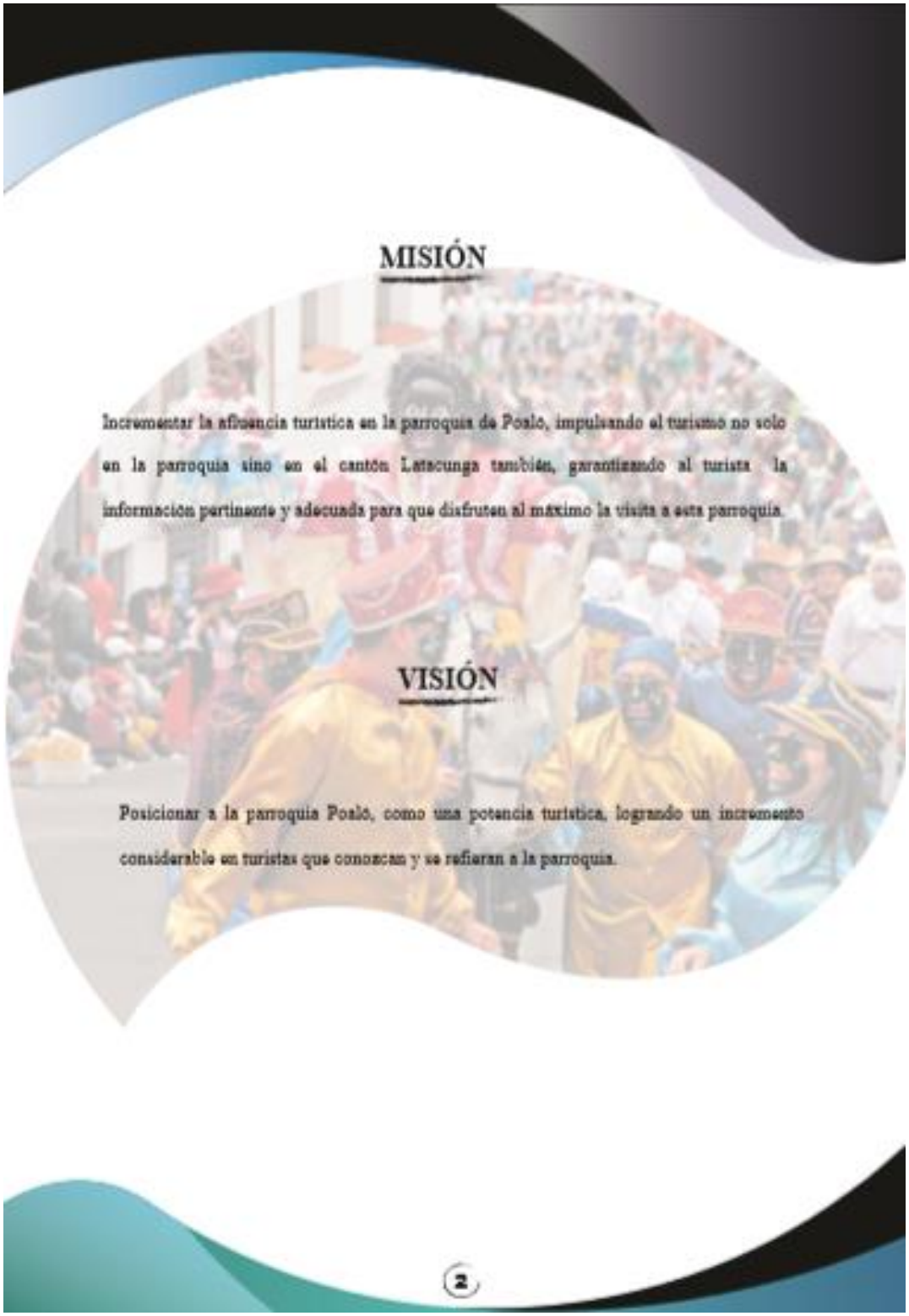
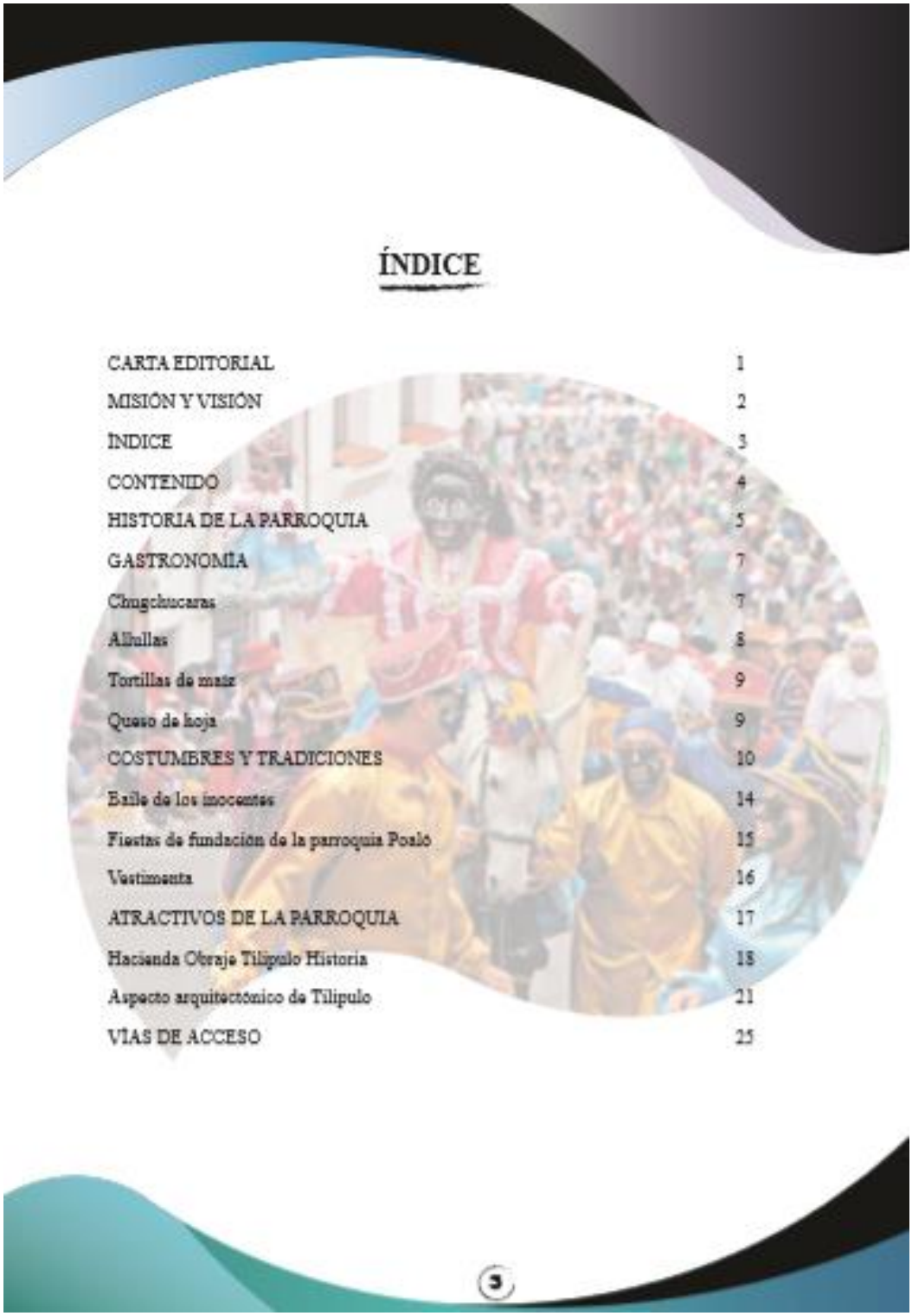


Figura 24: *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



ÍNDICE

CARTA EDITORIAL	1
MISIÓN Y VISIÓN	2
ÍNDICE	3
CONTENIDO	4
HISTORIA DE LA PARROQUIA	5
GASTRONOMÍA	7
Chugchucaras	7
Allullas	8
Tortillas de maíz	9
Queso de hoja	9
COSTUMBRES Y TRADICIONES	10
Baile de los inocentes	14
Fiestas de fundación de la parroquia Poaló	15
Vestimenta	16
ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA	17
Hacienda Obraje Tilipulo Historia	18
Aspecto arquitectónico de Tilipulo	21
VÍAS DE ACCESO	25

Figura 25: Maquetación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 26: Maquetación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 27: Maquetación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 28: *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 29 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 30 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 31 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

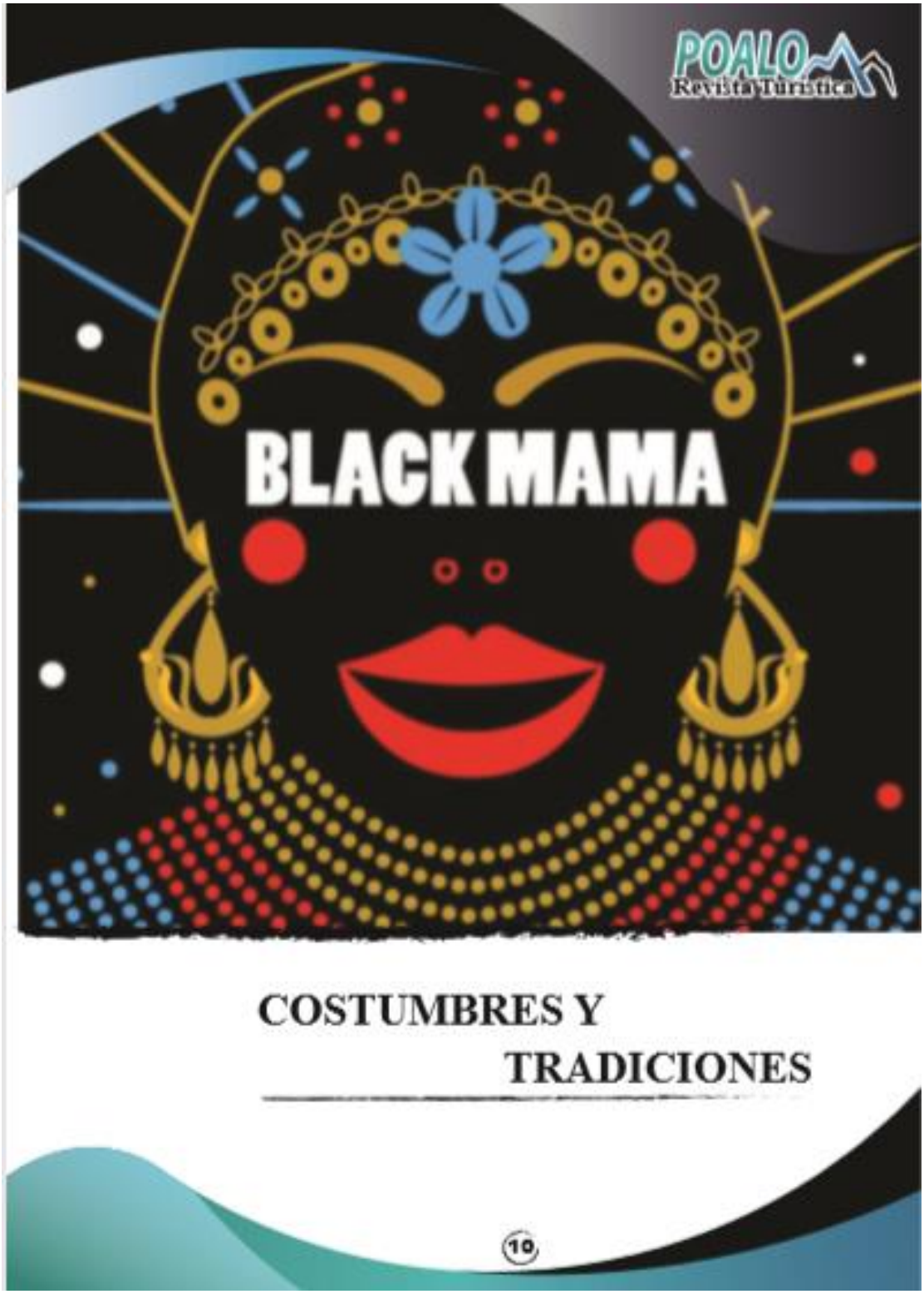


Figura 32 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 33 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



La mama negra representa a la Virgen Marta, este personaje siempre es un hombre vestido de mujer y estara en caballo, lleva en su mano derecha una muñeca negra ella es su hija cuyo nombre es Baltasara y con la mano izquierda arroja leche con agua al público.



Figura 34 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

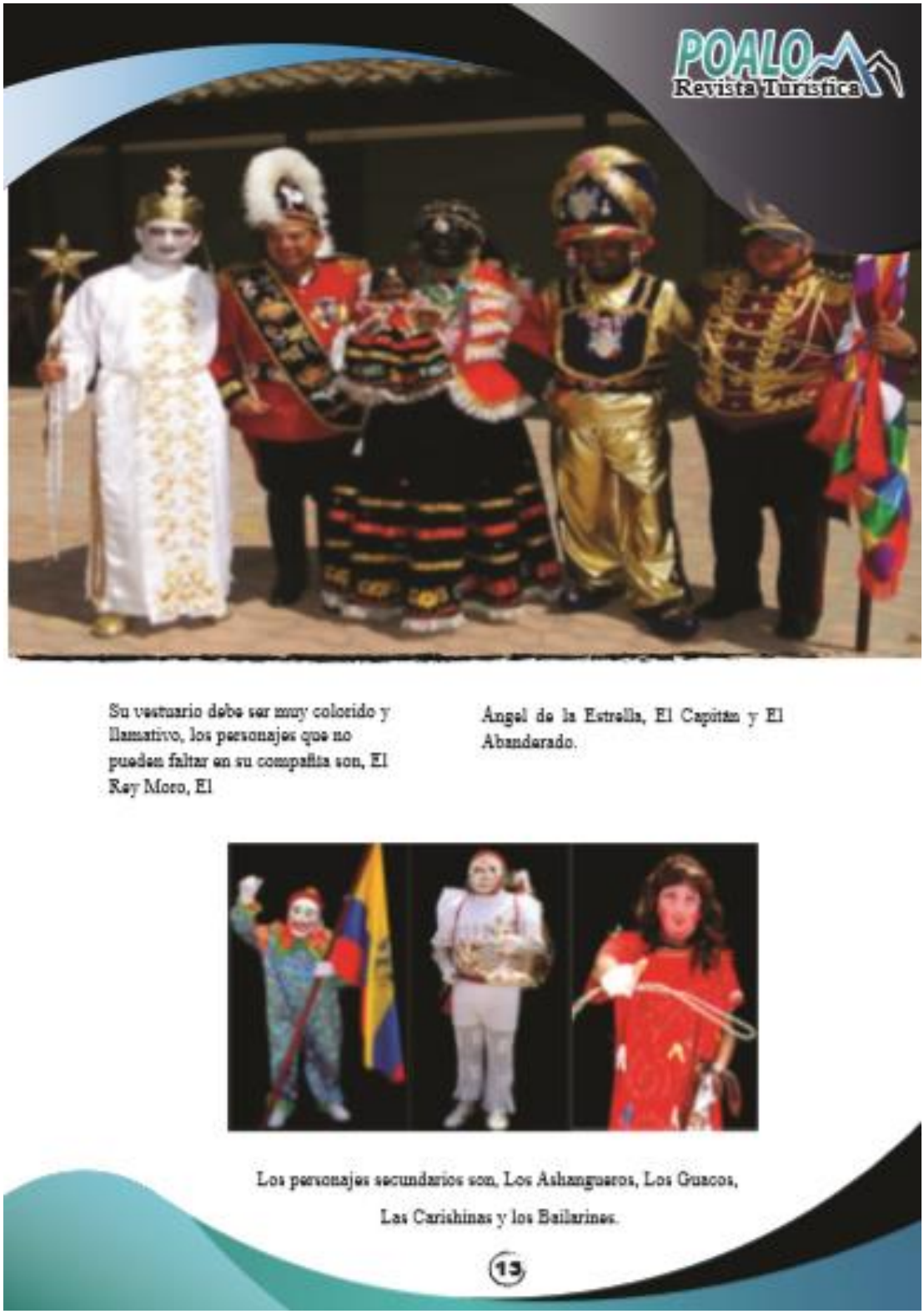


Figura 35 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

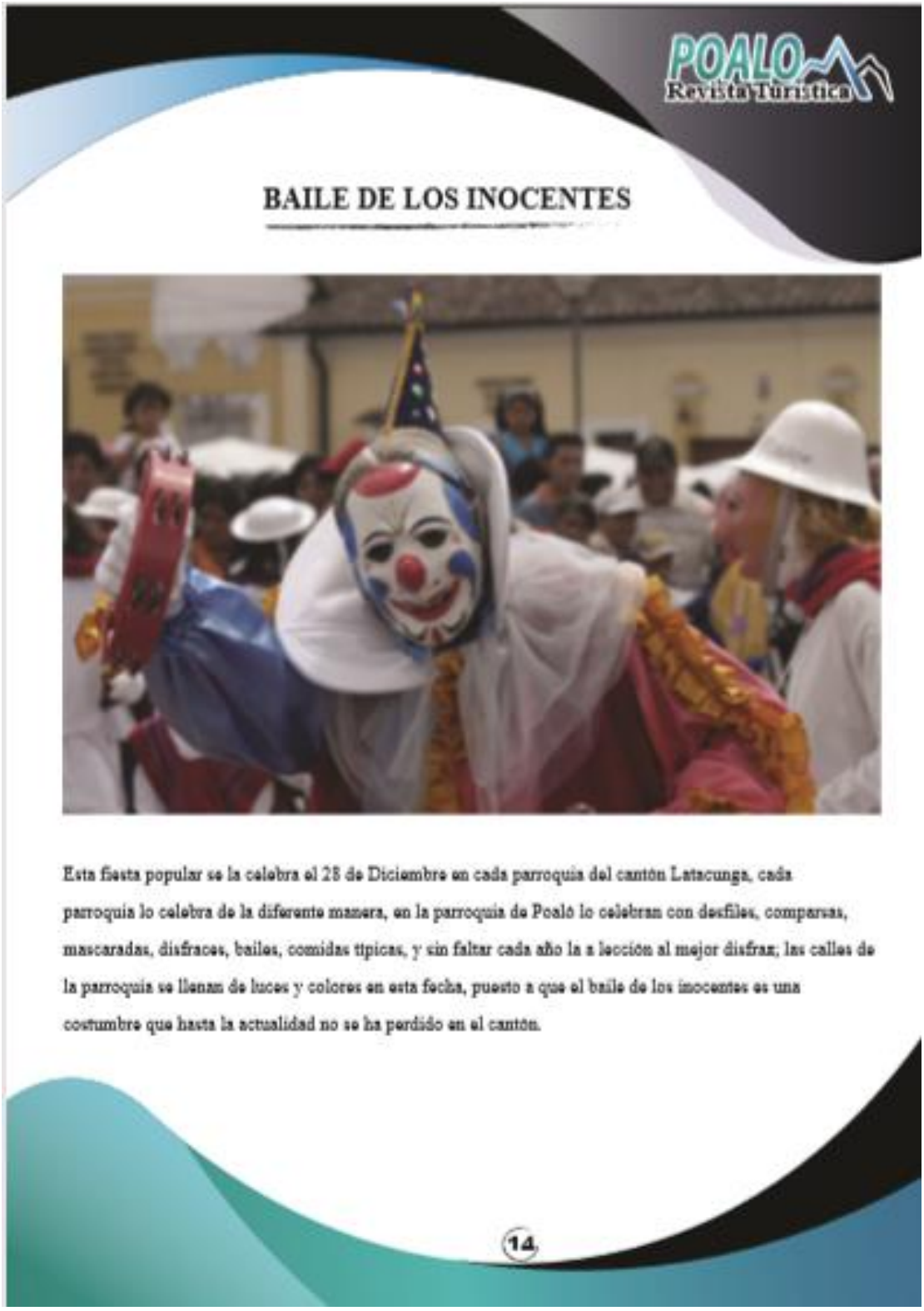


Figura 36 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 37 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 38 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

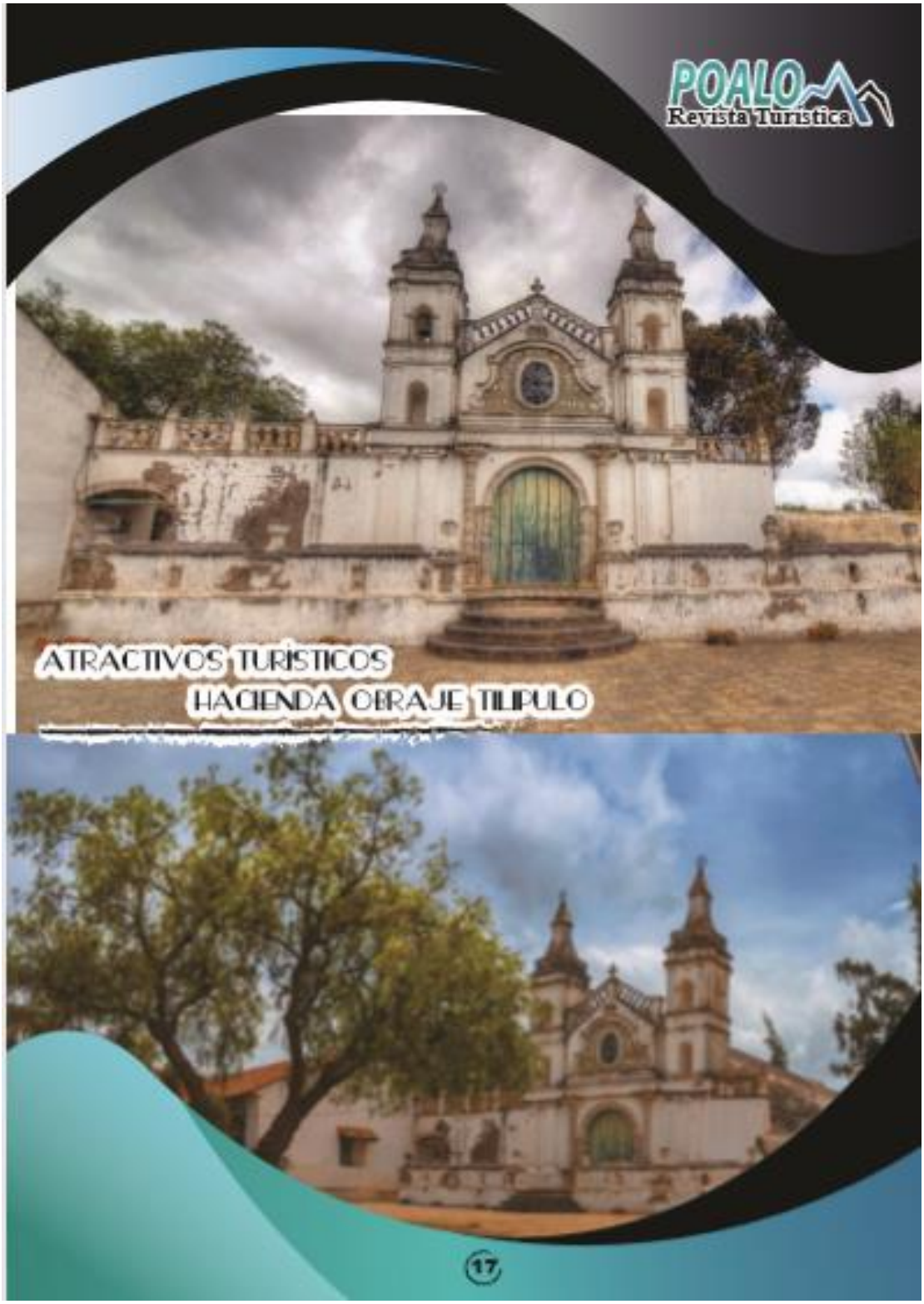


Figura 39 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



POALO Revista Turística

HISTORIA

Tilipulo genera un cúmulo infinito de maravillosa realidad, esta vieja casona majestuosa en aquel valle apacible cercano al pueblo de Poaló, guarda los misterios de añosas estirpes aborígenes los recuerdos de acaudalados patrones, la mística y sobriedad de Jesuitas taciturnos y el espíritu rebelde de ínclitos varones que proclamaron el derecho de ser libres.

Tilipulo, nombre proveniente del Colorado Shigili – soga y del quichua Pullu – cobija. Filológicamente nos proporciona una clara visión de la Pre Incásica costumbre de los moradores lugareños, costumbre de trenzar las células de agave además de hilar y tejer lana de llamas para confeccionar varios textiles.

Desde época del predominio Inca (segunda mitad del siglo XVI), los Jacho de "Tacunga" fueron importantes de Pujilí, Saquisilí, Tacunga propiamente dicha. En el valle de "Shillipullo", muerto Tucomango Jacho, pasó a ser heredad de algunos descendientes, así encontramos como propietarios a Sancho Jacho (Hacho) Pullupaxi cacique de Saquisilí y luego a Sancho Jacho de Velasco y su esposa Francisca Sinagsichi quienes aprovecharon la benevolencia del suelo en su producción vegetal gracias al agua de riego de la que disfrutaban. Durante la conquista española en vida de él mismo, la tierra fue parcelada y vendida en parte; se conoce que una buena parte del valle constituyo la encomienda adjudicada a Don Rodrigo Núñez de Bonilla, primero y a su hijo más tarde, sin embargo estos personajes parecen no hacer intervenido en la tenencia de la misma tierra.

A la muerte del Cacique, las tierras que quedaron de este gran valle de Tilipulo fueron heredadas por su esposa y hermana Francisca Sinagsichi, quien continuó parcelando el valle y vendiéndolo en pequeñas secciones. Estas ventas continuaron hasta finales de la primera mitad del siglo XVII, durante esta mitad de siglo apareció algo muy importante, las pequeñas parcelas fueron unificadas bajo dos grandes propietarios muy adinerados Don Ignacio de Artiaga y Don Rodrigo de Alcocer. Es decir las tierras del Cacique propietario único volvieron a formar un todo.

De esta manera las tierras del Cacique habían pasado definitivamente a manos españolas. El nombre no había variado el Tilipulo de Artiaga y el Tilipulo de Alcocer. Siendo así en 1696 una vez que paso a poder del Capitán Fernando Dávalos se empezó a preparar el primer obraje en la hacienda de Tilipulo. Para este mismo año el molino y el batán estaban concluidos, y la labranza de paños rústicos o bayetas era un hecho. Se habían adjudicado 15 indios de servicio; una acequia cercana abastecía al obraje; se había construido una serie de trojes para el almacenamiento de granos, pero las casas de hacienda aún estaban por cubrirse.

Dávalos murió entre 1697 y 1707 y Tilipulo pasó a manos de su mujer doña Marta Villagómez de Larraspuru, quien debió haber continuado con la producción de paños. A la muerte de esta señora Tilipulo se quedó con su hija Marta Dávalos casada con don Joseph de Góngora. Debido a muchos problemas de sucesión de bienes obligaron a los propietarios a que en 178 la hacienda pase a manos de los Marqueses de Lises, los Maldonado Sotomayor, quienes la tuvieron medio siglo manteniendo siempre la misma función. Esta familia recibió una hacienda reunificada y mucho más "operada". Consta de un avalúo además de los 15 indios, un troje grande cubierto de teja, un cuarto con tres galpones, un oratorio de paja y paredes de cangagua provista en imágenes de bulto y pincel. El obraje tenía 8 telares de madera de tejer paños

18

Figura 40 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



corrientes, 33 tornos corrientes, 3 madejas de madera y 7 pares de cardas corrientes.

El primer Marques de Lises, don Ramón Joaquín Maldonado tuvo mucho interés en ampliar la Hacienda – obraje, durante su época se aumentaron el número de telares y probablemente se contrató más gente de servicio. Su hijo Joaquín Gregorio Maldonado Sotomayor, hermano de Pedro Vicente Maldonado se hizo cargo de Tilipulo a la muerte de su padre. A su vez los hijos de este y doña Manuela Borja, también se beneficiaron, una vez que estos fallecieron.

Este beneficio resultó a medias ya que el obraje arrendado por esos años a don Gregorio Sánchez de Orellana, sufrió un gran incendio. Debido a la masiva destrucción, y por otra parte a las grandes deudas contraídas por la viuda de Lises Tilipulo pasó nuevamente a otro propietario. En 1763 el mismo año del gran incendio la hacienda fue vendida a los Marqueses de Miraflores. Fue un buen momento para recibirla ya que parece que el corregimiento de Latacunga presenta un gran crecimiento en cuanto a la producción textil.

Hasta el momento la cantidad de indios oscilaban entre 200 y 250. Con los nuevos propietarios no sabemos si el número aumentó o disminuyó. La construcción de la gran iglesia que hoy apreciamos, es el resultado del esfuerzo de estos propietarios y explica parcialmente nuestra idea de que, entre otras muchas razones este haya sido el momento de esplendor de la hacienda como unidad productiva.

En 1797 una nueva catástrofe afecto esta hacienda con el gran terremoto el cual destruyo muchas propiedades y causó muchos muertos. Los marqueses de Miraflores administraron la hacienda hasta el año de 1802 donde el viejo marques arrendo la hacienda a su yerno don Manuel Larrea y Jijón futuro Marques de San José, Vizconde de Casa Larrea y futuro dueño de la Hacienda. Con este caballero se pagaron censos y se adquirieron enseres necesarios para el buen funcionamiento de la casa, hacienda – obraje continuó con sus tareas habiéndose agregado nuevos sitios de pastoreo.

Entre 1828 y 1833 la hacienda fue traspasada legalmente a Don José Modesto Larrea, hijo del dueño anterior. Este nuevo propietario hizo lo imposible por mantener productiva la producción obrajera, comercializó el producto internacionalmente e intentó modernizar el obraje.

A través del año 1861 encontramos a Don Manuel Gómez de la Torre como nuevo dueño y suponemos que fue este el último en mantener la producción textil. A pesar que no se puede comprobar se dice que los Gómez de la Torre arrendaron la hacienda a una familia Urrutia que luego fue vendida a unos señores Dávalos quienes a su vez la traspasaron a los Cañadas, según parece esta familia convirtió la casa escenario de grandes fiestas en las que abundaba la bebida, fabricada en el trapiche que se instaló en el propio Tilipulo, única innovación que se conoce de su actividad productiva en estos últimos años del siglo XIX.

Figura 41 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 42 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 43 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 44 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 45 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 46 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana



Figura 47 *Maquetación*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Redes Sociales

@RPoalo



Figura 48: *Página de twitter*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana
https://twitter.com/RPoalo

@poalorevistaturistica

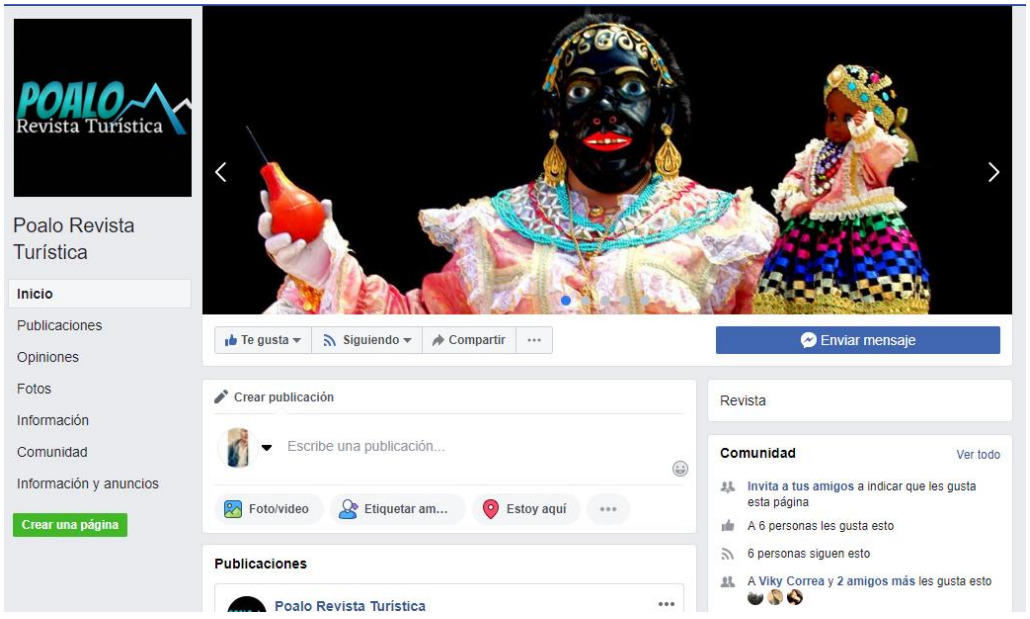


Figura 49: *Página de facebook*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana
https://www.facebook.com/Poalo-Revista-Tur%C3%ADstica-695893400786512/

@revista_poalo



Figura 50: *Página de Instagram*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana
https://www.instagram.com/revista_poalo/

revistapoalo@gmail.com

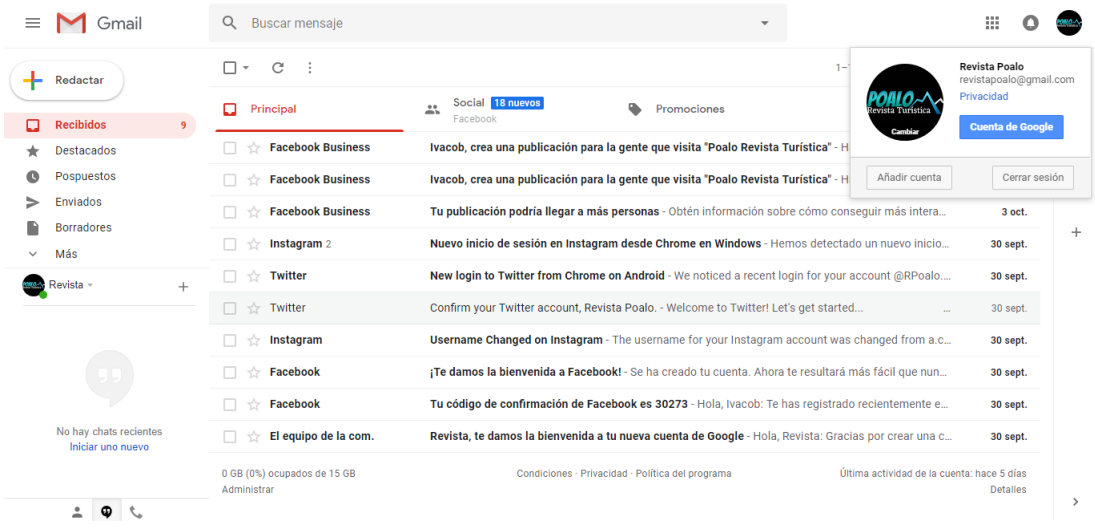


Figura 51: *Correo Electrónico*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana
https://mail.google.com/mail/#inbox

CAPÍTULO VI

6.0 Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Recursos Económicos

Son elementos utilizados por el hombre ya sean materiales, humanos o técnicos, con el fin de relacionar una actividad para la satisfacción humana.

Talento Humano

Son las características de los seres humanos que muestran sus habilidades, destrezas, conocimientos, y actitudes, de esta manera se logra resolver y entender cualquier ocasión de manera útil.

Tabla 31: *Recursos*

Recursos Tecnológicos	• **Computador** • **Internet** • **Calculadora** • **Celular** • **Impresora** • **Copiadora** • **Flash Memory** • **Cámara** • **CD´S**
Recursos Materiales	• Hojas de papel bond • Esferos • Folder • Perforadora • Empastado
Recursos Humanos	• Representante del GAD … • Personas de la comunidad Poaló • Propietario de la Hacienda Tilipulo • Ing. Patricio Acuña • Ing. Sylvia Mera • Mcs. Jorge Vizuete

	• Investigador Adrian Caguana
Recursos Económicos	• Desde el inicio hasta la finalización de la propuesta
Recurso Tiempo	• Desde el mes de Julio hasta el mes de Octubre de 2018

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis

En la presente tabla se observa los recursos utilizados de principio a fin como recursos tecnológicos, computador, internet, calculadora, celular, impresora, copiadora, flash memory, CD´S y cámara.

Los recursos humanos, representante del GAD parroquial Sr. Gonzalo Espín, personas de la comunidad y propietarios de la hacienda Tilipulo, tutor y lector del proyecto, Ing. Sylvia Mera, Ing. Patricio Acuña, profesor de proyectos Mcs. Jorge Vizuete, investigador Adrian Caguana quien lleva a cabo la investigación.

Recursos económicos, desde el inicio hasta el fin del proyecto.

Recursos tiempo, Desde el mes de julio hasta el mes de octubre de 2018.

6.02 Presupuesto

Tabla 32: *Presupuesto de elaboración de la propuesta*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Internet	4 meses ilimitados	$26.00	$104.00
Impresiones blanco y negro	230	$0.03	$6.90
Impresiones a color	100	$0.05	$5.00
Empastado	1	$10.00	$10.00
CD	3	$1.65	$4.95
Anillado	3	$2.30	$6.90
Viáticos visita atractivos	5	$5,00	$25.00
Alimentación	5	$3.00	$12.50
TOTAL			$175.25

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis

El presupuesto detallado en la tabla es el que se requirió para elaborar el proyecto de investigación, en el cual se ha invertido $175,25.

Tabla 33: *Presupuesto de aplicación de la propuesta*

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
REDES SOCIALES	Ilimitado	Sin costo	
Facebook	Ilimitado	Sin costo	
Twitter	Ilimitado	Sin costo	
Instagram	Ilimitado	Sin costo	
Correo electrónico	Ilimitado	Sin costo	
MATERIAL PROMOCIONAL IMPRESO			
Diseño de la revista	1	$32.00	$38.30
Impresión de la revista	4	$6.00	$24.00
TOTAL			$62.30

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis

En la tabla se detalla el presupuesto para la aplicación de la propuesta, en el caso del diseño de una revista de promoción turística, lo que se requiere es pagar el diseño de la misma, la inversión fue de $38.30, mientras que las impresiones de la revista tienes un costo de $6.00 por cada una de ella con un total de 4 revistas se invirtió $24.00, el total del presupuesto de la aplicación de la propuesta es de $62.30.

Cronograma

2018	Mayo				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
Actividades / **Semanas**	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentacion del tema																												
Aprobación del tema																												
Preliminares																												
Capítulo I : Antecedentes																												
Contexto																												
Justificación																												
Matriz de análisis T																												
Definición del problema central																												
Capítulo II : Análisis de involucrados																												
Mapeo de involucrados																												
Matriz de análisis de involucrados																												
Capítulo III : Problemas y Objetivos																												
Árbol de problemas																												
Árbol de objetivos																												
Capítulo IV : Análisis de alternativas																												
Matriz de análisis de alternativas																												
Matriz de análisis de impacto de los objetivos																												
Diagrama de estrategias																												
Matriz de marco lógico																												
Capítulo V : Propuestas																												
Antecedentes																												
Propuesta																												
Descripción																												
Formulación del proceso de aplicación de la propuesta																												
Capítulo VI : Aspectos administrativos																												
Recursos																												
Presupuesto																												
Cronograma																												
Capítulo VII : Conclusiones y recomendaciones																												
Corrección final general																												
Entrega del proyecto																												
Sustentación del proyecto de grado																												

Figura 52: *Cronograma*
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Análisis: En esta figura se detallan los temas trabajados durante la investigación por meses y semanas, desde la presentación del tema hasta la sustentación del proyecto, cada tema lleva un color el cual se observa pintado en la semana en la que fue trabajado.

CAPÍTULO VII

7.00 Conclusiones y recomendaciones

7.01Conclusiones

- Poaló pese a ser una parroquia pequeña cuenta con un gran atractivo turístico el cual encierra una gran historia, que le permitirá desarrollarse económicamente.
- Al concluir la investigación del proyecto, se deduce que la falta de apoyo e interés por parte de las autoridades causa que la zona no tenga el desarrollo turístico adecuado y que no se dé a conocer, es esta la razón por la que no tiene la afluencia turística que esperan tener.
- Al terminar la investigación, se llega a la conclusión que la falta de difusión y promoción de la parroquia es la que no permite que sus atractivos sean reconocidos.
- Al final se llega a la conclusión de que al parroquia Poaló cuenta con grandes atractivos culturales, que abarcan una gran historia con ellos mismos que deberían ser reconocidos, aunque no ha existido la promoción adecuada de estos por parte de su población y las autoridades pertinentes

7.02 Recomendaciones

- La parroquia debe actualizar la revista anualmente.
- La parroquia Poaló tendrá grandes resultados si dan mantenimiento al atractivo.
- Realizar campañas publicitarias promocionando el lanzamiento de la revista de promoción turística.
- Se recomienda que el Ministerio de Turismo tome en cuenta a las parroquias que poseen grandes atractivos que pueden ser potencializados.
- Para ejecutar este proyecto se necesita el aporte económico de la Municipalidad de la parroquia.
- Al tener grandes atractivos culturales con gran historia la parroquia debería mejorar la señalética y vías de acceso, sin olvidar exponer sus costumbres tradiciones, gastronomía, entre otros.
- Se recomienda que las autoridades de la parroquia estén más activas, y que continuamente se planteen proyectos para mejorar el desarrollo turístico, esto ayudara no solo a que la parroquia se dé a conocer y aumentar la vista de turistas a la parroquia, sino también a mejorar la economía de los habitantes del lugar.

ANEXOS

Anexo 1: *Facturas y proformas*



PC Punto Central

Empastados - Normas APA - Impresión sobre CD- Anillados - Edición de audio/ video - Guías - Manuales - Folletos - Presentaciones Power Point - Infocus - Laptops - Cables HDMI / VGA - Impresión de Tesis -Gigantografías - Tarjetas Presentación - Servicio Técnico PCs/ Celulares - Tablests / Laptops/Impresoras- Roll Ups- - Banners

Telfs.: 0995840249 RUC.: 1719211839001

Email: apacordillera@hotmail.com www.puntocentralec.com

ORDEN DE TRABAJO 00000008

CLIENTE: Adrian Caguana

TELEFONO: 0998542066 FECHA: 19 - 10 - 2018

C.I / RUC: 1751440510 DIRECCIÓN:

CARRERA: Turismo EMAIL: adriancaguanca@hotmail.com

SERVICIOS INCLUIDOS: NORMAS APA [V] EMPASTADOS [V] CDS [V] IMPRESIONES [V]

OBSERVACION:

CANT	DETALLE	VAL. UNIT	TOTAL
1	Promocion	60.00	60.00

INFOCUS [ ] LAPTOP [ ] HDMI / VGA [ ]

PROMOCION

VALOR TOTAL $ 60.00

L "GRÁFICAS BELALCAZAR" TELF: 6042 094 R.U.C. 1711941334001 AUT. 9156 DEL 0000001 AL 0000100

Condiciones de servicio

- Revisar su trabajo antes de la impresión y entrega, caso contrario no nos hacemos responsables de lo contrario tendrá que realizarlo otra vez, será facturado nuevamente.
- Enviar el archivo de su trabajo completo para Aplicar [illegible] Sexta Edición.
- La aplicación de [illegible] Portada de 2 hojas como máximo como tiempo máximo.
- Si aplica la promoción debe cancelar el 50% de esta inicial y el otro 50% a la entrega de las Normas Apa.
- Para empastar su tesis se [illegible] la entrega de LACTA DE APROBACION CERTIFICADO CDI O EMPRESA / ANÁLISIS URKUND
- Si el alumno no [illegible] los documentos necesarios, su empastado no se realizará, sin opción a reclamo alguno.
- Si existe algun inconveniente puede comunicarse al [illegible] apacordillera@hotmail.com
- Al retirar el cliente su producto revisar y verificar su entrega, para evitar posteriores reclamos.
- La presentación de esta orden indica que el cliente está de acuerdo con [illegible] trabajos realizados.
- Para retirar su pedido o trabajo terminado es [illegible] debe tener cancelado el costo total, caso contrario no se entregara su pedido.
- Si el cliente necesita solo el servicio de [illegible] y [illegible] ón de su tesis deberá traer su respectivo archivo en PDF caso contrario si el archivo es en WORD no nos responsabilizamos [illegible] de [illegible] de índice o malas impresiones, de ser así se procederá a realizar y revisar todas las NORMAS APA del documento con [illegible] que se presente un trabajo de calidad el mismo que tendrá un costo adicional .

CLIENTE ACEPTO CONDICIONES

COSTO	$ 60.00
ABONO	$ 60.00
SALDO	$ 0.00

"No somos los únicos pero si los mejores, RESPONSABILIDAD SERIEDAD, PUNTUALIDAD".

Elaborado por: Adrian Caguana
Fuente: Investigación propia

Anexo 2: Facturas y proformas

geeh.com
Soluciones gráficas y tecnológicas

Señor(es): ADRIAN CAGUANO
Direccion: CARCELEN
Telefono / 0998542066

Fecha 15/10/2018
RUC 1751440510

CANT	DESCRIPCION	PRECIO UNI	TOTAL
28	DISEÑO PAGINA GUIA - Serial:	0,9	25,2
30	IMPRESION FULL COLOR A 4 - Serial:	0,2	6
1	EMPASTADO DE GUíA - Serial:	3	3

+24

Abono $15

GRAFIKA DIGITAL

Pagado

Firma Autorizada

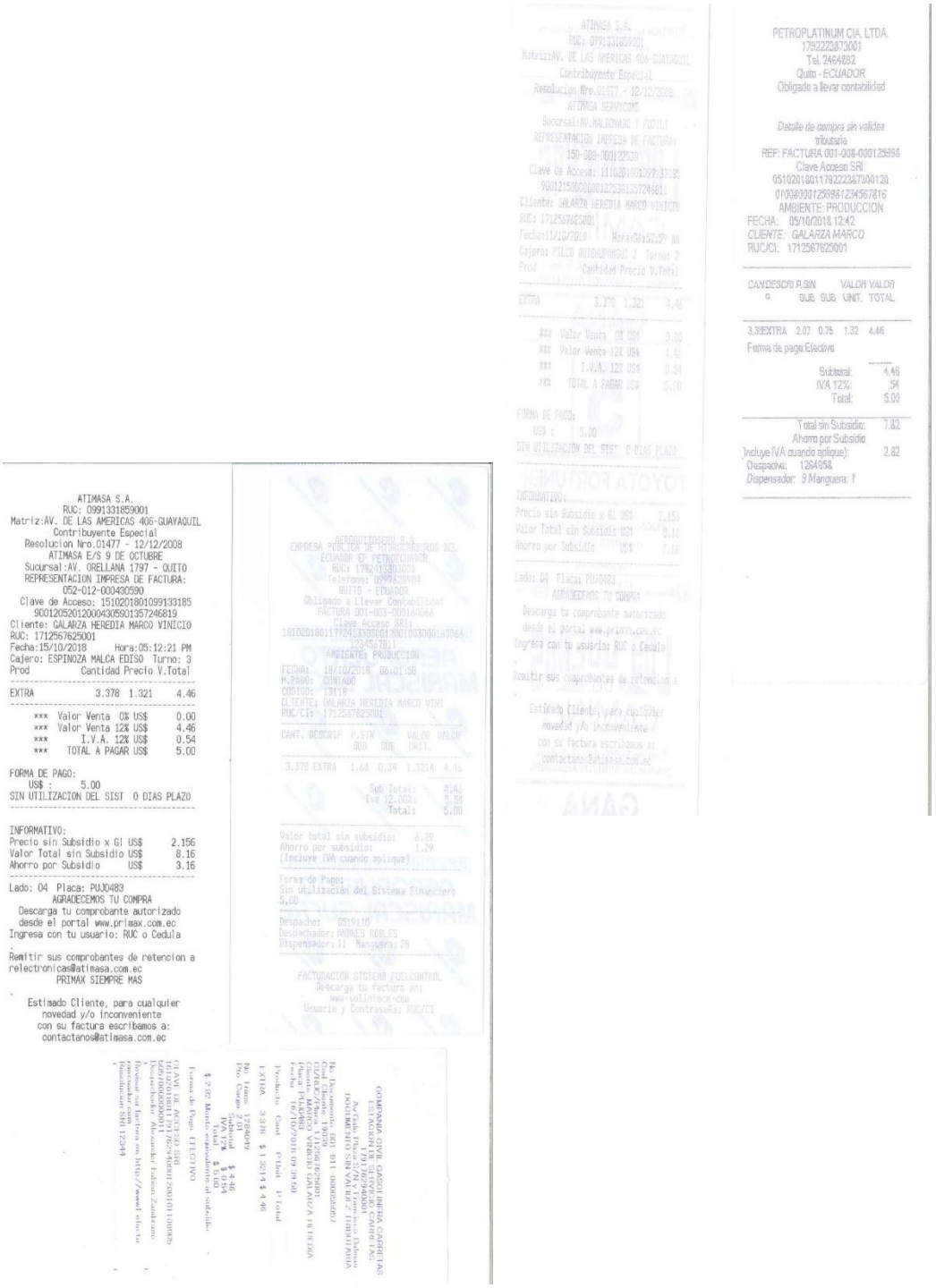
Firma Cliente

Subtotal:	u$s34,20
Descuento	u$s 0,00
Iva	u$s 4,10
TOTAL:	u$s 38,30

Gracias por su compra!!!

Elaborado por: Adrian Caguana
Fuente: Investigación propia

Anexo 3: Facturas y proformas



ATIMASA S.A.
RUC: 0991331859001
Matriz:AV. DE LAS AMERICAS 406-GUAYAQUIL
Contribuyente Especial
Resolucion Nro.01477 - 12/12/2008
ATIMASA E/S 9 DE OCTUBRE
Sucursal:AV. ORELLANA 1797 - QUITO
REPRESENTACION IMPRESA DE FACTURA:
052-012-000430590
Clave de Acceso: 1510201801099133185
9001205201200430590135724681 9
Cliente: GALARZA HEREDIA MARCO VINICIO
RUC: 1712567625001
Fecha:15/10/2018 Hora:05:12:21 PM
Cajero: ESPINOZA MALCA EDISO Turno: 3

Prod	Cantidad	Precio	V.Total
EXTRA	3.378	1.321	4.46

*** Valor Venta 0% US$	0.00
*** Valor Venta 12% US$	4.46
*** I.V.A. 12% US$	0.54
*** TOTAL A PAGAR US$	5.00

FORMA DE PAGO:
US$: 5.00
SIN UTILIZACION DEL SIST O DIAS PLAZO

INFORMATIVO:
Precio sin Subsidio x Gl US$ 2.156
Valor Total sin Subsidio US$ 8.16
Ahorro por Subsidio US$ 3.16

Lado: 04 Placa: PUJ0483
AGRADECEMOS TU COMPRA
Descarga tu comprobante autorizado
desde el portal www.primax.com.ec
Ingresa con tu usuario: RUC o Cedula

Remitir sus comprobantes de retencion a
relectronicas@atimasa.com.ec
PRIMAX SIEMPRE MAS

Estimado Cliente, para cualquier
novedad y/o inconveniente
con su factura escribamos a:
contactanos@atimasa.com.ec

PETROPLATINUM CIA. LTDA.
1792222873001
Tel. 2464882
Quito - ECUADOR
Obligado a llevar contabilidad

Detalle de compra sin validez tributaria
REF: FACTURA 001-008-000125898
Clave Acceso SRI:
0510201801179222387300120
0100800012589812345678716
AMBIENTE: PRODUCCION
FECHA: 05/10/2018 12:42
CLIENTE: GALARZA MARCO
RUC/CI: 1712567625001

CAN	DESCRIP	P.SIN SUB.	VALOR SUB.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
3.38	EXTRA	2.07	0.75	1.32	4.46

Forma de pago:Efectivo

Subtotal:	4.46
IVA 12%:	.54
Total:	5.00
Total sin Subsidio:	7.82
Ahorro por Subsidio (Incluye IVA cuando aplique):	2.82

Despacho: 1264958
Dispensador: 9 Manguera: 1

Elaborado por: Adrian Caguana
Fuente: Investigación propia

Anexo 4: Validación de encuestas

Quito, 25 de septiembre de 2018

Presente

Asunto: Validación de Encuesta

Me dirijo a usted, con el fin de solicitar su colaboración, dada la experiencia en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente cuestionario que será aplicado para realizar un trabajo de investigación titulado **DISEÑO DE UNA REVISTA TURISTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA POALO, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICION DEL LUGAR.**

El enfoque que se maneja va acorde al marco lógico, ya que son investigaciones con fin académico, se justifica al margen de error de acuerdo a la fórmula aplicada, para el cálculo se muestra un 5% la extracción de la muestra fue referencial del último censo en el país del 2010, la propuesta se la socializará con la comunidad del Cantón Latacunga, con el objetivo de medir el grado de aceptación que tendrá la propuesta ya mencionada.

De ante mano mis agradecimientos por la atención brindada, el aporte a la investigación propuesta.

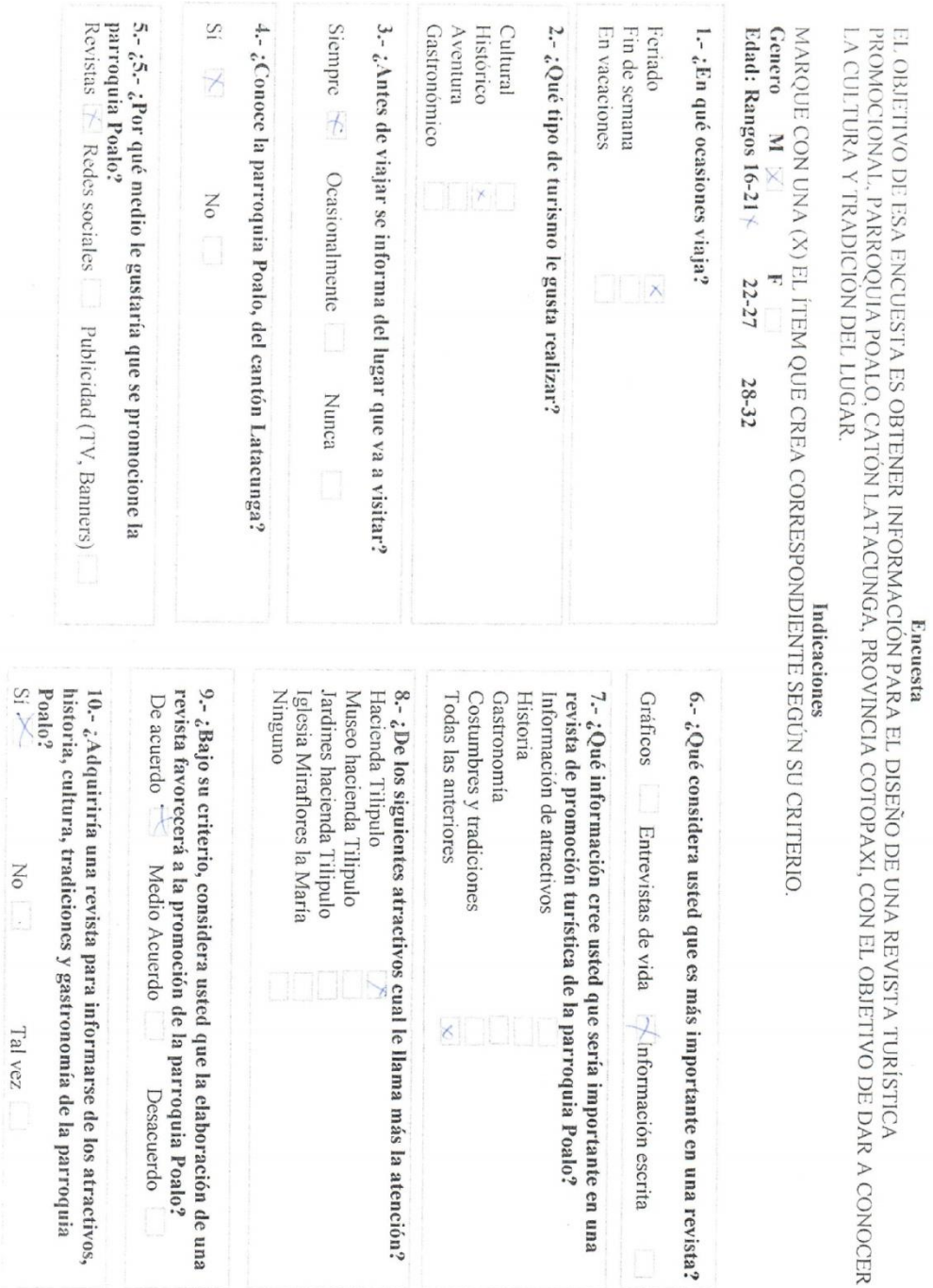
Ing. Jorge Vizuete Mgt.

Lic. Patricio Acuña

Lic. Sylvia Mera

Elaborado por: Adrian Caguana
Fuente: Investigación propia

Anexo 5: Encuesta *llena 1*



Encuesta

EL OBJETIVO DE ESA ENCUESTA ES OBTENER INFORMACIÓN PARA EL DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA POALO, CATÓN LATACUNGA, PROVINCIA COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR.

Indicaciones

MARQUE CON UNA (X) EL ÍTEM QUE CREA CORRESPONDIENTE SEGÚN SU CRITERIO.

Genero M X F ☐

Edad: Rangos 16-21 X 22-27 28-32

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Feriado ☐
Fin de semana X
En vacaciones ☐

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Cultural ☐
Histórico X
Aventura ☐
Gastronómico ☐

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar que va a visitar?

Siempre X Ocasionalmente ☐ Nunca ☐

4.- ¿Conoce la parroquia Poalo, del cantón Latacunga?

Si X No ☐

5.- ¿5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poalo?

Revistas X Redes sociales ☐ Publicidad (TV, Banners) ☐

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Gráficos ☐ Entrevistas de vida X Información escrita ☐

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poalo?

Información de atractivos ☐
Historia ☐
Gastronomía ☐
Costumbres y tradiciones ☐
Todas las anteriores X

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Hacienda Tilipulo ☐
Museo hacienda Tilipulo ☐
Jardines hacienda Tilipulo ☐
Iglesia Miraflores la María X
Ninguno ☐

9.- ¿Bajo su criterio, considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poalo?

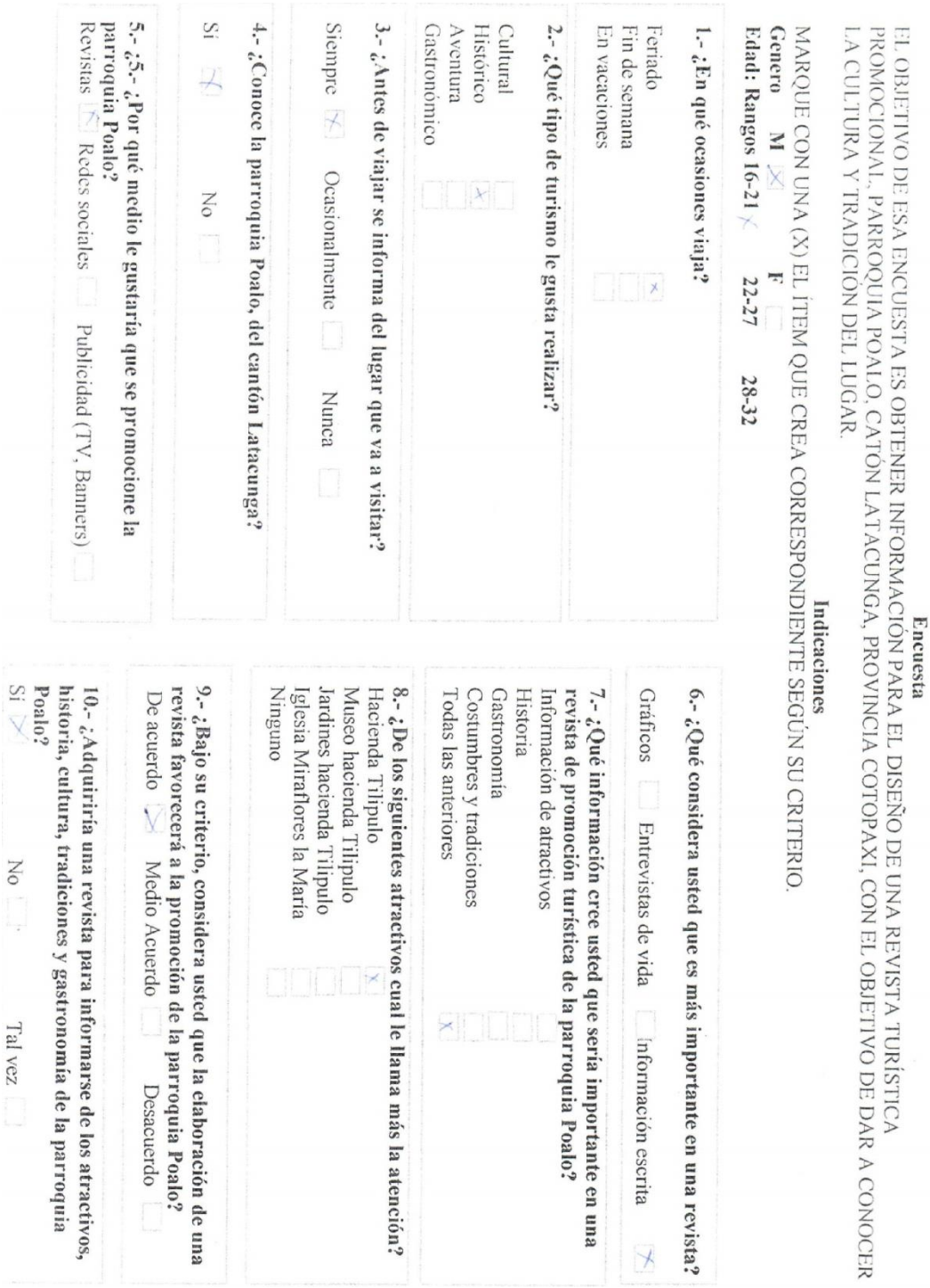
De acuerdo X Medio Acuerdo ☐ Desacuerdo ☐

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poalo?

Si X No ☐ Tal vez ☐

Elaborado por: Adrian Caguana
Fuente: Investigación propia

Anexo 6: *Encuesta llena 2*



Encuesta

EL OBJETIVO DE ESA ENCUESTA ES OBTENER INFORMACIÓN PARA EL DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA POALO, CATÓN LATACUNGA, PROVINCIA COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR.

Indicaciones

MARQUE CON UNA (X) EL ÍTEM QUE CREA CORRESPONDIENTE SEGÚN SU CRITERIO.

Genero M [X] F [ ]

Edad: Rangos 16-21 [X] **22-27** [ ] **28-32** [ ]

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Feriado [ ]
Fin de semana [ ]
En vacaciones [X]

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Cultural [ ]
Histórico [X]
Aventura [ ]
Gastronómico [ ]

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar que va a visitar?

Siempre [X] Ocasionalmente [ ] Nunca [ ]

4.- ¿Conoce la parroquia Poalo, del cantón Latacunga?

Si [X] No [ ]

5.- ¿5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poalo?

Revistas [X] Redes sociales [ ] Publicidad (TV, Banners) [ ]

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Gráficos [ ] Entrevistas de vida [ ] Información escrita [X]

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poalo?

Información de atractivos [ ]
Historia [ ]
Gastronomía [ ]
Costumbres y tradiciones [ ]
Todas las anteriores [X]

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Hacienda Tilipulo [X]
Museo hacienda Tilipulo [ ]
Jardines hacienda Tilipulo [ ]
Iglesia Miraflores la María [ ]
Ninguno [ ]

9.- ¿Bajo su criterio, considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poalo?

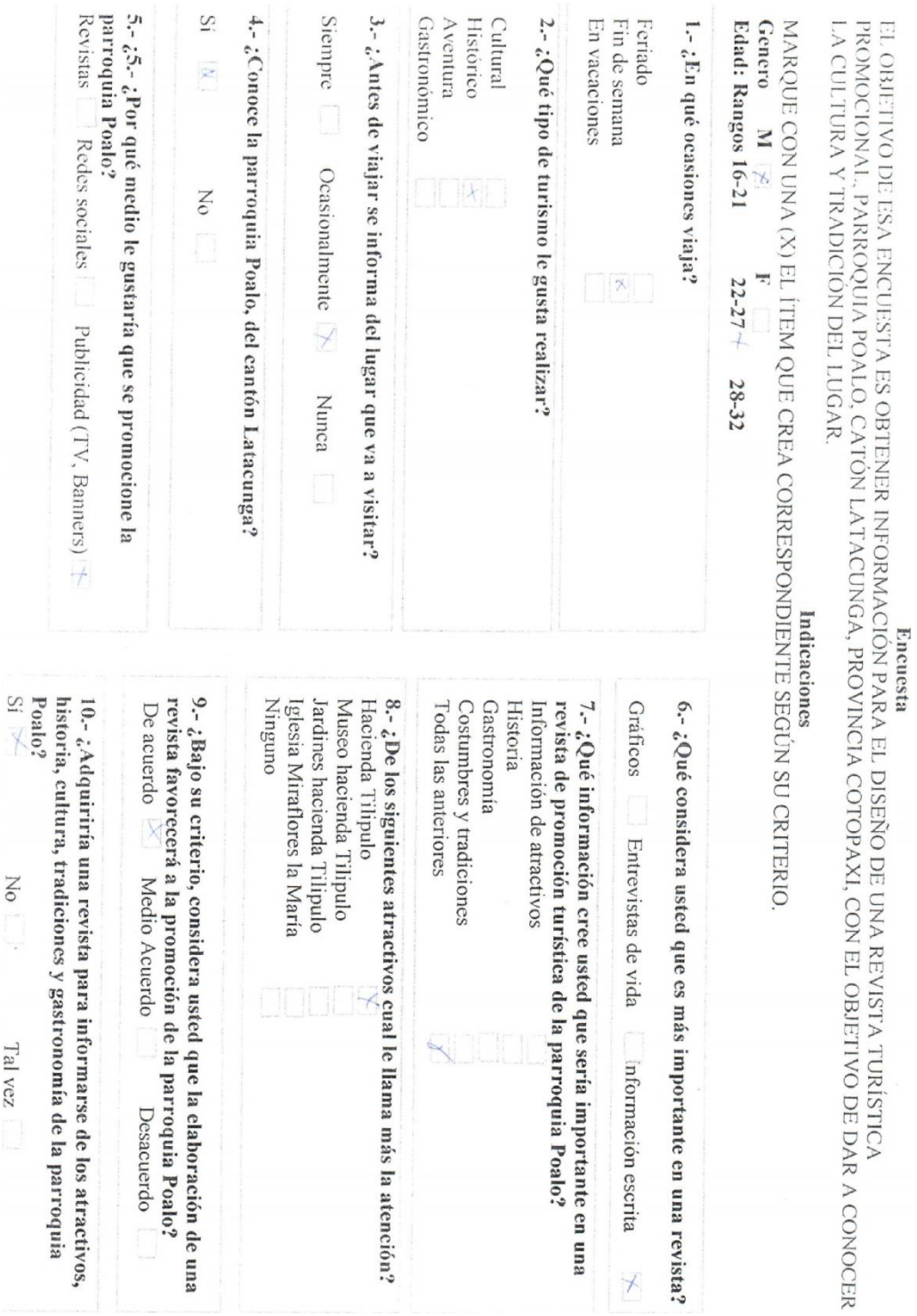
De acuerdo [X] Medio Acuerdo [ ] Desacuerdo [ ]

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poalo?

Si [X] No [ ] Tal vez [ ]

Elaborado por: Adrian Caguana
Fuente: Investigación propia

Anexo 7: *Encuesta llena 3*



Encuesta

EL OBJETIVO DE ESA ENCUESTA ES OBTENER INFORMACIÓN PARA EL DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA POALO, CATÓN LATACUNGA, PROVINCIA COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR.

Indicaciones

MARQUE CON UNA (X) EL ÍTEM QUE CREA CORRESPONDIENTE SEGÚN SU CRITERIO.

Genero M X F ☐

Edad: Rangos 16-21 22-27 X **28-32**

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Feriado ☐
Fin de semana X
En vacaciones ☐

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Cultural ☐
Histórico X
Aventura ☐
Gastronómico ☐

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar que va a visitar?

Siempre ☐ Ocasionalmente X Nunca ☐

4.- ¿Conoce la parroquia Poalo, del cantón Latacunga?

Si X No ☐

5.- ¿5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poalo?

Revistas ☐ Redes sociales ☐ Publicidad (TV, Banners) X

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Gráficos ☐ Entrevistas de vida ☐ Información escrita X

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poalo?

Información de atractivos ☐
Historia ☐
Gastronomía ☐
Costumbres y tradiciones ☐
Todas las anteriores X

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Hacienda Tilipulo ☐
Museo hacienda Tilipulo ☐
Jardines hacienda Tilipulo X
Iglesia Miraflores la María ☐
Ninguno ☐

9.- ¿Bajo su criterio, considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poalo?

De acuerdo X Medio Acuerdo ☐ Desacuerdo ☐

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poalo?

Si X No ☐ Tal vez ☐

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Anexo 8: *Encuesta llena 4*

Encuesta

EL OBJETIVO DE ESA ENCUESTA ES OBTENER INFORMACIÓN PARA EL DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA POALO, CATÓN LATACUNGA, PROVINCIA COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR.

Indicaciones

MARQUE CON UNA (X) EL ÍTEM QUE CREA CORRESPONDIENTE SEGÚN SU CRITERIO.

Genero M ☐ F ☒

Edad: Rangos 16-21 22-27 ☒ **28-32**

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Feriado ☐
Fin de semana ☐
En vacaciones ☒

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Cultural ☐
Histórico ☐
Aventura ☐
Gastronómico ☒

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar que va a visitar?

Siempre ☒ Ocasionalmente ☐ Nunca ☐

4.- ¿Conoce la parroquia Poalo, del cantón Latacunga?

Si ☒ No ☐

5.- ¿5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poalo?

Revistas ☒ Redes sociales ☐ Publicidad (TV, Banners) ☐

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Gráficos ☒ Entrevistas de vida ☐ Información escrita ☐

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poalo?

Información de atractivos ☐
Historia ☐
Gastronomía ☐
Costumbres y tradiciones ☐
Todas las anteriores ☒

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Hacienda Tilipulo ☐
Museo hacienda Tilipulo ☐
Jardines hacienda Tilipulo ☐
Iglesia Miraflores la María ☒
Ninguno ☐

9.- ¿Bajo su criterio, considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poalo?

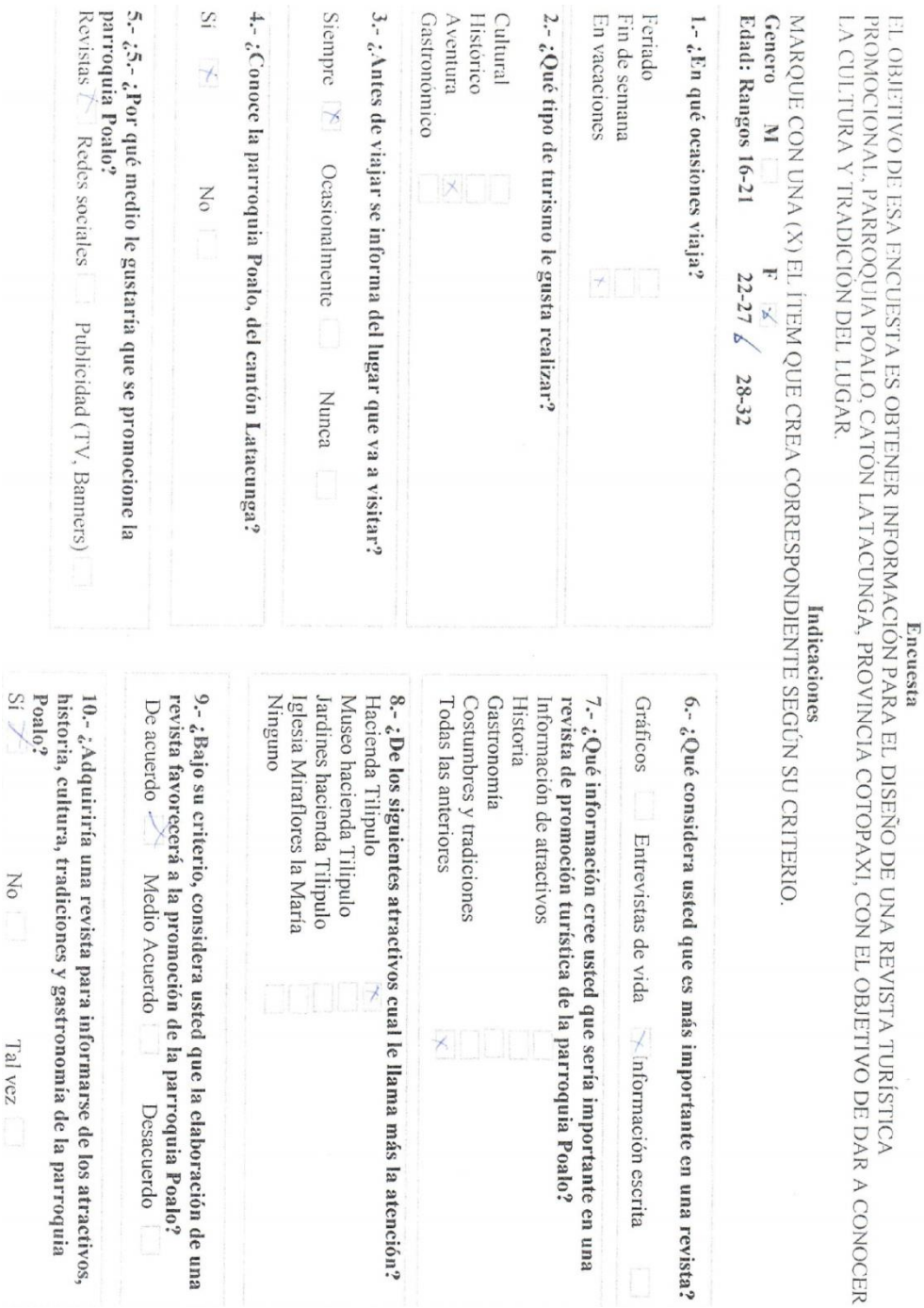
De acuerdo ☒ Medio Acuerdo ☐ Desacuerdo ☐

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poalo?

Sí ☒ No ☐ Tal vez ☐

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Anexo 9: *Encuesta llena 5*



Encuesta

EL OBJETIVO DE ESA ENCUESTA ES OBTENER INFORMACIÓN PARA EL DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA POALO, CATÓN LATACUNGA, PROVINCIA COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR.

Indicaciones

MARQUE CON UNA (X) EL ÍTEM QUE CREA CORRESPONDIENTE SEGÚN SU CRITERIO.

Genero M ☐ F ☒

Edad: Rangos 16-21 ☐ **22-27** ☒ **28-32** ☐

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Feriado ☐
Fin de semana ☐
En vacaciones ☒

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Cultural ☐
Histórico ☐
Aventura ☒
Gastronomico ☐

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar que va a visitar?

Siempre ☒ Ocasionalmente ☐ Nunca ☐

4.- ¿Conoce la parroquia Poalo, del cantón Latacunga?

Si ☒ No ☐

5.- ¿5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poalo?

Revistas ☒ Redes sociales ☐ Publicidad (TV, Banners) ☐

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Gráficos ☐ Entrevistas de vida ☒ Información escrita ☐

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poalo?

Información de atractivos ☐
Historia ☐
Gastronomía ☐
Costumbres y tradiciones ☐
Todas las anteriores ☒

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Hacienda Tilipulo ☐
Museo hacienda Tilipulo ☐
Jardines hacienda Tilipulo ☐
Iglesia Miraflores la María ☐
Ninguno ☒

9.- ¿Bajo su criterio, considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poalo?

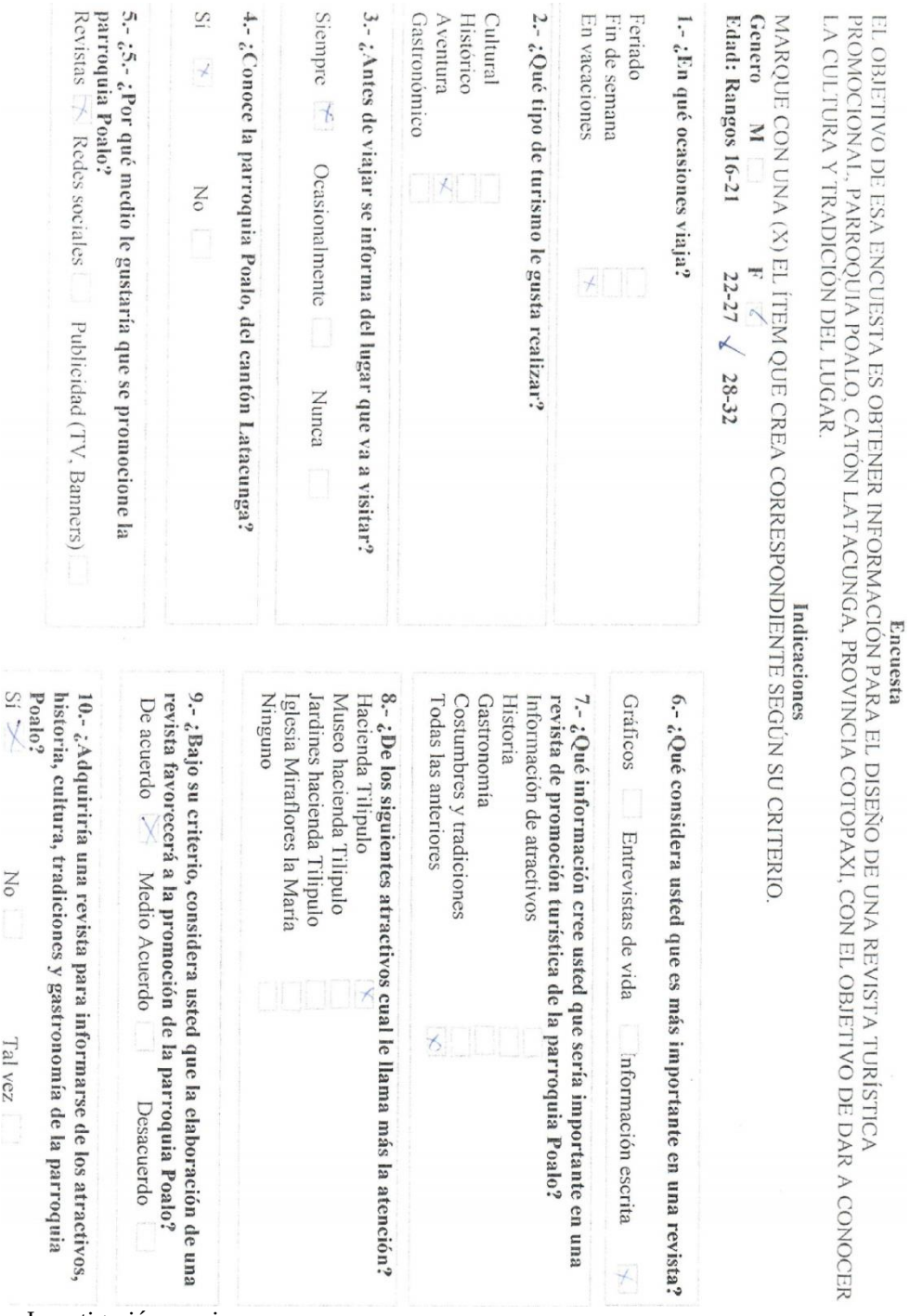
De acuerdo ☒ Medio Acuerdo ☐ Desacuerdo ☐

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poalo?

Si ☒ No ☐ Tal vez ☐

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Anexo 10: *Encuesta llena 6*



Encuesta

EL OBJETIVO DE ESA ENCUESTA ES OBTENER INFORMACIÓN PARA EL DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA POALO, CATÓN LATACUNGA, PROVINCIA COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA Y TRADICIÓN DEL LUGAR.

Indicaciones

MARQUE CON UNA (X) EL ÍTEM QUE CREA CORRESPONDIENTE SEGÚN SU CRITERIO.

Genero M ☐ F ☒

Edad: Rangos 16-21 ☐ **22-27** ☒ **28-32** ☐

1.- ¿En qué ocasiones viaja?

Feriado ☐
Fin de semana ☐
En vacaciones ☒

2.- ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar?

Cultural ☐
Histórico ☐
Aventura ☒
Gastronómico ☐

3.- ¿Antes de viajar se informa del lugar que va a visitar?

Siempre ☒ Ocasionalmente ☐ Nunca ☐

4.- ¿Conoce la parroquia Poalo, del cantón Latacunga?

Si ☒ No ☐

5.- ¿5.- ¿Por qué medio le gustaría que se promocione la parroquia Poalo?

Revistas ☒ Redes sociales ☐ Publicidad (TV, Banners) ☐

6.- ¿Qué considera usted que es más importante en una revista?

Gráficos ☐ Entrevistas de vida ☐ Información escrita ☒

7.- ¿Qué información cree usted que sería importante en una revista de promoción turística de la parroquia Poalo?

Información de atractivos ☐
Historia ☐
Gastronomía ☐
Costumbres y tradiciones ☐
Todas las anteriores ☒

8.- ¿De los siguientes atractivos cual le llama más la atención?

Hacienda Tilipulo ☒
Museo hacienda Tilipulo ☐
Jardines hacienda Tilipulo ☐
Iglesia Miraflores la María ☐
Ninguno ☐

9.- ¿Bajo su criterio, considera usted que la elaboración de una revista favorecerá a la promoción de la parroquia Poalo?

De acuerdo ☒ Medio Acuerdo ☐ Desacuerdo ☐

10.- ¿Adquiriría una revista para informarse de los atractivos, historia, cultura, tradiciones y gastronomía de la parroquia Poalo?

Si ☒ No ☐ Tal vez ☐

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Adrian Caguana

Anexo 11: Carta *de aval*

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL
SAN JOSE DE POALO

Promoviendo la Interculturalidad

San José de Poaló, 18 de Octubre del 2018

Señores
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA
Presente.-

De mi consideración:

A petición verbal del señor **LUIS ADRIAN CAGUANA CARLOSAMA, estudiante de la carrera de administración turística y hotelera, con numero de cedula 1751440510**, me permito certificar que el señor en mención realizo de manera satisfactoria la entrega e implementación de un **DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA SAN JOSE DE POALÓ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA DEL LUGAR.**

Proyecto que fue aceptado y culminado acorde a los requisitos de la Hacienda Tilipulo de la parroquia Poaló, su arduo trabajo demostró ser una persona responsable, confiable, idónea, virtudes que le han hecho merecedor a nuestra estima y consideración de todos los que conformamos la Hacienda Tilipulo y el GAD parroquial.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.

El señor Caguana puede hacer uso de este documento como creyere conveniente.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial
"San José de Poaló"
Poaló - Cotopaxi

Atentamente.
Segundo Gonzalo Espín Unaucho
PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL "SAN JOSÉ DE POALÓ"

Dirección: Calle Ruperto Reinoso y Señor de Maca - Latacunga Ecuador
Teléfono: (03) 2257130 E-mail: sanjosedepoalo@gmail.com
Web: www.sanjosedepoalo.gob.ec

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San José de Poalo
Elaborado por: Adrian Caguana

Referencias bibliográficas

BANCO MUNDIAL. (02 de 02 de 2014). *Documentos*. Obtenido de Documentos: http://www.urosario.edu.co/Internacionalizacion/Oportunidades-Cooperacion-Internacional/Documentos/DOCUMENTO-BANCO-MUNDIAL.PDF

BARTESAGHI, I. (2011). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Obtenido de https://docplayer.es/3481987-Investigacion-de-mercados.html

carbacos, & quesada . (diciembre de 2011). *TURyDEs*. Obtenido de http://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.html

CEPAL. (2018). *El Turismo en la Economía Ecuatoriana*. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de CEPAL: https://www.cepal.org/es/publicaciones/5876-turismo-la-economia-ecuatoriana-la-situacion-laboral-perspectiva-genero

conceptodefinicion.de/revista/. (19 de noviembre de 2017). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de http://conceptodefinicion.de/revista/

cotopaxi.gob.ec. (20 de septiembre de 2015). *quito cuidad ,capital del ecuador*. Obtenido de http://www.cotopaxi.gob.ec/index.php/2015-09-20-00-13-36/2015-09-20-00-15-41/latacunga

Covarrubinas, R. (2002). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS.*

deconceptos.com. (26 de julio de 2018). *deconceptos .com*. Obtenido de https://deconceptos.com/ciencias-naturales/potencial

Díaz, L. (septiembre de 2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009

Ecuale. (2010). *ecuale*. Obtenido de ecuale: http://www.ecuale.com/cotopaxi/

ECURED. (29 de Abril de 2018). *Cantón Ibarra*. Obtenido de Cantón Ibarra: https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Ibarra_(Ecuador)

Eduardo, C. (6 de Noviembre de 2015). Obtenido de http://lalagub.blogspot.com/2015/11/latacunga-tradiciones.html

Estrella, E. (15 de junio de 2014). Obtenido de http://latacunga001.blogspot.com/2014/06/platos-tipicos.html

Euroresidentes. (2016). Obtenido de https://www.euroresidentes.com

Gobierno Autonomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra. (26 de Abril de 2018). *Ibarra ciudad a la que siempre se vuelve*. Obtenido de Ibarra ciudad a la que siempre se vuelve: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wfxCgE4OTdMJ:https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra1234/informacion-general+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

Gobierno Autonomo Desentralizado Parroquia rural de San Jose de Poalo . (2014). Obtenido de Gobierno Autonomo Desentralizado Parroquia rural de San Jose de Poalo : http://sanjosedepoalo.gob.ec/cotopaxi/

Godínez, V. L. (07 de octubre de 2013). *Paradigmas de investigación* . Obtenido de http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf

Hernández. (2007). *Formulación de problema de investigación.*

Hoteles.com. (2018). Obtenido de https://www.hoteles.com/search.do?resolved-location=CITY%3A431436%3AUNKNOWN%3AUNKNOWN&destination-id=431436&q-destination=Latacunga,%20Ecuador&q-check-in=2018-09-12&q-check-out=2018-09-13&q-rooms=1&q-room-0-adults=2&q-room-0-children=0

J.Stoner, Freeman, r., & Gilbert, D. (1996). *Administracion.* Mexico: prentice-hall.

jocotoco, f. (29 de julio de 2018). *fundacion jocotoco* . Obtenido de http://www.fjocotoco.org/

La imprenta. (2016). *¿Qué significa tintas 4/4, 4/1,1/1…?* Obtenido de Laimprenta cg: https://www.laimprentacg.com/faq-items/significado-tintas/

Latacunga, A. (2017). *Latacunga espera por ti*. Obtenido de https://amalatacunga.com/hacienda-tilipulo-extend/

Márquez, A. (13 de 07 de 2011). *corbuse-turismo*. Obtenido de http://corbuseturismo.blogspot.com/2011/07/clasificacion-de-atractivos-turisticos.html

Maximiliano., K. E. (Febrero de 2011). *TuryDes.* Obtenido de Eumed: http://www.eumed.net/rev/turydes/09/kem.pdf

Núñez, J. (Marzo de 2013). *Directo al paradar* . Obtenido de http://jose1n8n98.blogspot.com/

Oca, I. (15 de octubre de 2008). *Lectura. Comprensión lectora*. Obtenido de Capitulo 1 Lectura : http://www.mailxmail.com/curso-lectura-comprension/lectura

OMT. (08 de Mayo de 2009). *Estudios del turismo*. Obtenido de estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html

OMT. (24 de noviembre de 2016). Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/

ONU. (27 de enero de 2012). *Sostenibilidad* . Obtenido de https://www.alainet.org/es/active/52383

Padilla, O. D. (1997). *El Turismo Fenomeno Social* . S.L. FONDO DE CULTURA ECONOMICA DE ESPAÑA.

Pardinas, F. (2005). *Metodología y técnicas de investigación.* Mexico : SIGLO XXI (MEXICO).

PHILIP. (2011). *Fundamentos de Marketing.*

Plata, U. d. (01 de febrero de 2011). *CONCEPTO Y CLASIFICACION DE PATRIMONIO TURISTICO MUNDIAL*. Obtenido de http://patrimonioturisticoiv.blogspot.com/2010/02/concepto-y-clasificacion-de-patrimonio.html

Porto, J. P., & Merino, M. (2016). *población* . Obtenido de https://definicion.de/poblacion/

questionpro. (29 de julio de 2018). *questionpro*. Obtenido de https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html

Quintana , R. (2010). *Introducción a los sistemas de impresion.* Obtenido de Slideshare: https://www.slideshare.net/goodboyway/sistemas-de-impresin-5054631

Ramírez, R. C. (2015). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS.*

Revista, M. (15 de Julio de 2015). *BLOG IMPRIMIR MI REVISTA*. Obtenido de https://www.imprimirmirevista.es/blog/elige-el-acabado-perfecto-laminado-o-barniz/

Sanchez, M. B. (14 de Julio de 2010). *Población y muestra*. Obtenido de http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html

Sandhusen. (2002). *Mercadotecnia.* Compañía Editorial Continental. Obtenido de Definición de Encuesta.

sanjosedepoalo.gob.ec. (2014). *Datos Generales De La Parroquia Poalo* . Obtenido de http://sanjosedepoalo.gob.ec/cotopaxi/?p=74

Schoell, & Guiltinan. (2011). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Obtenido de https://docplayer.es/3481987-Investigacion-de-mercados.html

significados. (29 de julio de 2018). *significados* . Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=MPNLTKBLJY0

Stracuzzi, S. P., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa.* Caracas : Caracas; Venezuela: FEDUPEL.

Thompson, I. (27 de febrero de 2010). *estrategia y marketing* . Obtenido de https://www.xing.com/communities/posts/definicion-de-promocion-por-ivan-thompson-1003306122

Tobon. (2014). *TURISMO Y POBLACIONES VULNERABLES, UN VIAJE DE LAS COMUNIDADES HACIA SU PROPIO ENCUENTRO.* Obtenido de https://ec.viajandox.com/index.php?lista=Imbabura

tubón, r. (2004). *introducción.* repositorio utc.

Ucha, F. (27 de Mayo de 2009). *Población*. Obtenido de Definición ABC.: https://www.definicionabc.com/general/poblacion.php

Unessco. (01 de febrero de 2010). *patrimonio mundial* . Obtenido de http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001286/128679s.pdf

UTC Ciencias. (2018). *La revista UTC Ciencias.* Obtenido de http://www.utc.edu.ec/investigacion/Revista-UTCiencia/principal1

viajandox. (28 de abril de 2018). *Latacunga*. Obtenido de Latacunga : https://www.ec.viajandox.com/cotopaxi/ilatacunga-C99

Viajandox. (28 de Abril de 2018). *Valle del Chota*. Obtenido de Valle del Chota: https://www.ec.viajandox.com/ibarra/valle-del-chota-A223

Villamonte. (12 de Noviembre de 2012). Obtenido de https://es.slideshare.net/Julianalsola/la-revista-diseo-y-estructura-15145146

XXI, m. (29 de julio de 2018). *marketing XXI*. Obtenido de https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm

GOBIERNO AUTÔNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL
SAN JOSE DE POALO

Promoviendo la Interculturalidad

San José de Poaló, 18 de Octubre del 2018

Señores
INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA
Presente.-

De mi consideración:

A petición verbal del señor **LUIS ADRIAN CAGUANA CARLOSAMA, estudiante de la carrera de administración turística y hotelera, con numero de cedula 1751440510**, me permito certificar que el señor en mención realizo de manera satisfactoria la entrega e implementación de un **DISEÑO DE UNA REVISTA TURÍSTICA PROMOCIONAL, PARROQUIA SAN JOSE DE POALÓ, CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER LA CULTURA DEL LUGAR.**

Proyecto que fue aceptado y culminado acorde a los requisitos de la Hacienda Tilipulo de la parroquia Poaló, su arduo trabajo demostró ser una persona responsable, confiable, idónea, virtudes que le han hecho merecedor a nuestra estima y consideración de todos los que conformamos la Hacienda Tilipulo y el GAD parroquial.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad.

El señor Caguana puede hacer uso de este documento como creyere conveniente.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial
"San José de Poaló"
Poaló - Cotopaxi

Atentamente.
Segundo Gonzalo Espin Unaucho
PRESIDENTE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL "SAN JOSÉ DE POALÓ"

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Tesis A.C APROBADO.pdf (D43236277)
Submitted:	10/29/2018 8:23:00 PM
Submitted By:	revistapoalo@gmail.com
Significance:	4 %

Sources included in the report:

Urkund.pdf (D42966458)
CESARQUISHPE.APROBADO.pdf (D43135270)
TESIS CHIMBO Urkund .pdf (D42974498)
Tesis KVGM.15 Aprobado-converted.pdf (D43137635)
tesis Acosta.pdf (D37025409)
https://amalatacunga.com/hacienda-tilipulo-extend/
https://www.ec.viajandox.com/cotopaxi/ilatacunga-C99

Instances where selected sources appear:

22

Leda. Sylvia Mera

TUTOR DE PROYECTO

Ing. Patricio Acuña

LECTOR DE PROYECTO

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **CAGUANA CARLOSAMA LUIS ADRIAN**, portador de la cédula de identidad N° 1751446516, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 09 de noviembre del 2018

Srta. Margie Balseca
CAJA

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Lcdo. Marlene Andrade
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

MSc. Carlos Guijarro
DIRECTOR DE CARRERA

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

Ing. Verónica Lara
SECRETARIA ACADÉMICA