



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA.**

CARRERA: Turismo y Preservación Ambiental

TÍTULO A OBTENER: Ingeniera en Empresas Turísticas y Áreas Naturales

**TEMA: PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LAS CASCADAS DEL
MOLINUCO UBICADAS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA
AUMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS
EN EL SITIO**

Autora

Mónica Amalfi Núñez Mera

Directora de Tesis

Ana Grimanesa Llaguno Ribadeneira

Junio -2013

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a mi Hija Camila Lasso Núñez que es la persona más importante en mi vida, que sin duda alguna cambio mi rumbo y me encamino por este sendero, además que ha sido mi fuente de lucha constante, de determinación y deseo de que siga mi ejemplo para que tenga un mejor futuro, se lo dedico con mucho amor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis Padres por su apoyo incondicional para poder estudiar en esta prestigiosa Universidad donde adquirí todos los conocimientos necesarios para llegar a ser una gran profesional; a la Universidad por haberme formado en todos estos años, lugar del cual me llevo gratos recuerdos, experiencias inolvidables y lucha constante en todos estos años; a mi Esposo, mi compañero de vida que me apoya en todos mis sueños y metas que tengo planteadas, esta es una de ellas; al Señor Hugo Herrera por permitirme trabajar con el Refugio Ecológico Molinuco, y a mi gran maestra y directora Ana Llaguno por su colaboración y ayuda en este trabajo.

RESUMEN EJECUTIVO

El Refugio Ecológico Molinuco fue creado en el año 2004, por el Señor Hugo Herrera, propietario de la Hacienda Patichubamba. El Refugio Molinuco se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, a 45 minutos de la Ciudad de Quito, en la Parroquia de Pintag. En este lugar se ha desarrollado un tipo de turismo ecológico tratando de conservar el refugio de una manera sustentable para el uso de sus futuros visitantes.

En el Refugio Ecológico Molinuco no se ha difundido la información de manera correcta a turistas nacionales y extranjeros, notando desconocimiento del sitio y pocas visitas al mismo, por esta razón se ha planteado elaborar un plan de marketing turístico para las Cascadas del Molinuco para aumentar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Para la elaboración del Plan de Marketing fue necesario realizar un análisis interno de la Empresa, para poder conocer su visión, misión y filosofía empresarial, su estructura administrativa, la infraestructura turística, el análisis de las ventas actuales, promoción, precio, proveedores y competencia. Además se realizó un análisis externo de la Empresa para poder conocer el factor económico, demográfico, tecnológico, cultural, político y natural de la situación actual del país y que influye en el Plan de Marketing a implementarse.

Fue necesario realizar una investigación de mercados, planteando los objetivos de investigación, el diseño de investigación, definir el tipo de investigación a aplicar, definir el tamaño de la muestra, el tipo de muestreo, la técnica a utilizar para recopilar datos (encuesta) y el informe de resultados de las encuestas.

Para la formulación del Plan de Marketing se tomó en cuenta la situación del Marketing actual, el análisis FODA, análisis de la oferta y la demanda, los objetivos de ventas, objetivos de marketing, definir el mercado meta, el posicionamiento, las estrategias del mix de marketing; se definió el Presupuesto para el Plan y el control para cumplimiento de metas.

INDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
RESUMEN EJECUTIVO.....	iii
PLAN DE TESIS	1
Tema	1
Enunciado del Problema	1
Planteamiento del Problema	2
Formulación del Problema.....	2
Sistematización del Problema.....	2
Justificación	2
Delimitación	3
Objetivos.....	4
Objetivo General:.....	4
Objetivos específicos:	4
Marco Teórico	4
Comunicación turística	4
Marketing Turístico	5
Producto turístico.....	6
Plan de marketing	6
Marco Conceptual.....	8
CAPÍTULO I	10
ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO DE LA EMPRESA	10
1.1. Reseña de la Empresa	10
1.1.1. Ubicación Geográfica	10
1.2. Visión, misión, filosofía empresarial.....	11
1.2.1. Visión:	11
1.2.2. Misión:	11
1.4. Constitución legal	11
1.5. Estructura administrativa	12
1.5.1. Gerencia General	12
1.5.2. Gerencia Administrativa – Financiera	12

1.5.3. Marketing.....	13
1.5.4. Mantenimiento.....	13
1.5.5. Información Turística	13
1.6. Infraestructura turística.....	13
1.6.1. Parqueadero	13
1.6.2. Alojamiento	14
1.6.3. Restaurante	14
1.7. Recursos Naturales	14
1.7.1. Flora.....	14
1.7.2. Fauna	14
1.8. Atractivos turísticos	14
1.8.1. Cascada Molinuco	14
1.8.2. El Manantial.....	15
1.8.3. La Gran Cascada.....	15
1.8.4. Vado El Pescador.....	15
1.8.5. Vado el Descanso	15
1.8.6. Mirador de los 7 Volcanes	15
1.9. Actividades	16
1.9.1. Camping.....	16
1.9.2. Paseos a Caballo	16
1.9.3. Pesca Deportiva	16
1.10. Posicionamiento.....	16
1.11. Análisis de las ventas.....	17
1.12. Análisis de la promoción	18
1.13. Análisis de la fijación de precios	20
1.14. Análisis de proveedores	20
1.15. Análisis de competidores principales	21
1.15.1. Centro Recreacional Ecológico La Gran Cascada del Pita.....	21
1.15.2. Reserva Ecológica Cascada de Rumibosque	24
CAPÍTULO II.....	28
ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO DE LA EMPRESA	28
2.1 Análisis Económico	28
2.1.1. Ministerio de Finanzas.....	28

2.1.2. Indicadores Macroeconómicos	28
2.1.3. Banco Central del Ecuador	29
2.2 Ambiente Demográfico	31
2.2.1. Cantón Rumiñahui	31
2.3 Ambiente Tecnológico.....	32
2.4 Ambiente Cultural	34
2.5 Ambiente Legal/ Político.....	36
2.5.1. Ministerio de Turismo	37
2.5.2. El Medio Ambiente.....	37
2.5.3. Gobierno Municipal de Rumiñahui	38
2.6 Ambiente Natural	38
2.6.1. Ministerio del Ambiente	38
CAPÍTULO III	42
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	42
3.1 Objetivos de la investigación.....	42
3.2 Diseño de investigación.....	42
3.3 Tipo de investigación.....	42
3.3.1 Investigación descriptiva	42
3.4 Población a investigar.....	43
3.4.1. Perfil del turista nacional	43
Tamaño del segmento	43
3.5 Tamaño de la muestra.....	43
3.6 Tipo de muestreo	45
3.7 Técnica para recopilar los datos	45
3.8 Informe de resultados	46
CAPÍTULO IV.....	96
FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING	96
Parqueadero	96
Alojamiento	96
Restaurante	96
Recursos Naturales	97
Flora.....	97
Fauna	97

4.2 Análisis FODA	98
4.3 Análisis de la demanda	99
4.3.1 Demanda Histórica	99
4.3.2. Demanda Futura.....	102
4.5. Demanda Insatisfecha.....	106
4.6 Objetivos de ventas.....	108
4.8 Estrategias de la mezcla de marketing.....	108
4.8.1. Producto.....	108
Ubicación.....	108
Mejoramiento de la Imagen	109
Estrategia genérica.....	109
Cultura Eco turista	115
Libro de visitas	115
4.8.5. Resumen del Plan de Marketing	115
4.9 Presupuesto para el Plan	118
4.10 Cronograma	119
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	121
5.1 CONCLUSIONES	121
5.2 RECOMENDACIONES.....	122
ANEXOS	123
BIBLIOGRAFÍA	140
ILUSTRACIONES	
Ilustración 1. 1 Organigrama Estructural.....	12
Ilustración 2. 2 Cascada Rumibosque.....	26
Ilustración 2. 1 Estratificación del Nivel Socioeconómico.....	30
Ilustración 2. 2 Organización Territorial del Cantón Rumiñahui	32
Ilustración 2. 3	34
Ilustración 2. 4	40
GRAFICOS	
Grafico 3. 1 ¿Usted realiza turismo dentro del Ecuador?	46
Grafico 3. 2 ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en Ecuador?	48

Grafico 3. 3 ¿Con quién generalmente viaja por motivo de turismo en el Ecuador?	49
Grafico 3. 4 ¿Cuántas veces al año realiza paseos o viajes de turismo en el Ecuador?.....	50
Grafico 3. 5 Cuando realiza turismo dentro del Ecuador ¿Cuál es el monto aproximado que suele utilizar diariamente por persona?	52
Grafico 3. 6 ¿En qué meses son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?	54
Grafico 3. 7 ¿En qué días son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?.....	55
Grafico 3. 8 ¿Cuándo realiza paseos viajes cuya duración es de máximo dos días, que lugares prefiere visitar?.....	57
Grafico 3. 9 ¿Ha escuchado usted sobre el Refugio Ecológico Molinuco?.....	60
Grafico 3. 10 ¿Por qué medio se enteró acerca del Refugio Ecológico Molinuco?	63
Grafico 3. 11 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Flyers	64
Grafico 3. 12 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Página Web.....	66
Grafico 3. 13 ¿Ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?.....	67
Grafico 3. 14 ¿Qué medio utilizó para llegar al Refugio Ecológico Molinuco?	68
Grafico 3. 15 ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar en el Refugio Molinuco?.....	70
Grafico 3. 16 ¿Cuántas veces ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?	71
Grafico 3. 17 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Parqueadero	73
Grafico 3. 18 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Lugares para acampar	74
Grafico 3. 19 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Restaurantes	76
Grafico 3. 20 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Alojamiento	77

TABLAS

Tabla 1. 1 Análisis de ventas-visita turistas.....	17
Tabla 1. 2 Análisis de ventas-entradas	17
Tabla 1. 3 Costos operativos.....	18
Tabla 1. 4 Análisis de Precios.....	20
Tabla 1. 5 Análisis de Precios Cascada del Pita	24
Tabla 1. 6 Análisis de fijación de precios entradas y actividades Refugio Molinuco	27
TABLA 3. 1 Tamaño del segmento a investigar	43
TABLA 3. 2 ¿Usted realiza turismo dentro del Ecuador?	46
TABLA 3. 3 ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en Ecuador?	47
TABLA 3. 4 ¿Con quién generalmente viaja por motivo de turismo en el Ecuador?	49
TABLA 3. 5 ¿Cuántas veces al año realiza paseos o viajes de turismo en el Ecuador?.....	50
TABLA 3. 6 Cuando realiza turismo dentro del Ecuador ¿Cuál es el monto aproximado que suele utilizar diariamente por persona?	51
TABLA 3. 7 ¿En qué meses son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?	53

TABLA 3. 8 ¿En qué días son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?	55
TABLA 3. 9 ¿Cuándo realiza paseos viajes cuya duración es de máximo dos días, que lugares prefiere visitar?	56
TABLA 3. 10 ¿Ha escuchado usted sobre el Refugio Ecológico Molinuco?.....	59
TABLA 3. 11 ¿Por qué medio se enteró acerca del Refugio Ecológico Molinuco?	62
TABLA 3. 12 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Flyers	64
TABLA 3. 13 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Página Web.....	65
TABLA 3. 14 ¿Ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?.....	67
TABLA 3. 15 ¿Qué medio utilizó para llegar al Refugio Ecológico Molinuco?	68
TABLA 3. 16 ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar en el Refugio Molinuco?.....	69
TABLA 3. 17 ¿Cuántas veces ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?	71
TABLA 3. 18 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Parqueadero	72
TABLA 3. 19 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Lugares para acampar	74
TABLA 3. 20 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Restaurantes	75
TABLA 4. 1 Demanda Histórica	100
TABLA 4. 2 Demanda Diaria.....	101
TABLA 4. 3 Demanda histórica de turistas al Cantón Rumiñahui.....	102
TABLA 4. 4 Demanda Futura	103

PLAN DE TESIS

Tema

“PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LAS CASCADAS DEL MOLINUCO UBICADAS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, PARA AUMENTAR LA AFLUENCIA DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN EL SITIO”.

Enunciado del Problema

Las Cascadas del Molinuco se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, dentro del Refugio Ecológico Molinuco, lugar perteneciente a la familia Herrera. Es de uno de los destinos poco conocidos en el Ecuador.

El Refugio Ecológico Molinuco se encuentra a una distancia aproximada de 30 minutos desde la ciudad de Quito, en este lugar se puede apreciar una gran variedad de atractivos turísticos, en los que se destacan su entorno natural, cultural, su historia, sus cascadas y su gente amable.

En la actualidad el Refugio Ecológico Molinuco cuenta con una infraestructura sencilla, debido a que en este lugar se asentaba la Hacienda Patichubamba, propiedad de la familia Herrera, su infraestructura original se mantiene y no ha recibido el correcto mantenimiento de su fachada, la hacienda se utiliza para brindar diferentes tipos de servicio entre los cuales tenemos: alimentación en área del restaurante, alojamiento, este lugar cuenta con dos habitaciones sencillas con acomodación doble, pesca deportiva, cabalgatas, canopyng, camping, guía turístico entre otros.

Este sitio cuenta con dos cascadas grandes, como es la Gran Cascada y la Cascada del Molinuco, además posee un admirable paisaje denominado el Mirador de los Volcanes, también se puede disfrutar del Vado del Pescador y del Playón del Vado. En esta belleza natural se pueden realizar caminatas al aire libre, pasando por la

Chorrera Peña Blanca y aprovechar de las actividades al aire libre, degustando los platos típicos de la zona.

Existe poca información turística en la página web del sitio y en la oficina matriz del Refugio Ecológico Molinuco, por lo cual no se difunde suficiente información y no se motiva a los turistas a que se conozcan este atractivo turístico.

Planteamiento del Problema

En el Refugio Ecológico Molinuco no existe un plan de marketing que permita promocionar este destino turístico a nivel nacional e internacional, existe poca información del sitio, notando desconocimiento y pocas visitas al refugio.

Formulación del Problema

¿Qué estrategias se deben aplicar en la creación del plan de marketing del Refugio Ecológico Molinuco para aumentar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros?

Sistematización del Problema

¿Cómo se encuentra el macro entorno del Refugio Ecológico Molinuco?

¿Cómo se está desarrollando el micro entorno del Refugio Ecológico Molinuco?

¿Cuál es el comportamiento de los turistas en relación al Refugio Ecológico Molinuco?

¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Refugio Ecológico Molinuco?

¿Qué tipo de estrategias de marketing se deben aplicar?

¿Cuál es el presupuesto para la elaboración del plan de marketing para las Cascadas del Molinuco?

Justificación

En la actualidad en Ecuador se impulsa el desarrollo turístico en algunos destinos ya conocidos a nivel nacional e internacional de la Región Costa y Galápagos en su

mayoría, dejando de lado destinos turísticos con belleza única e inigualable en la Región Sierra que no son tomados en cuenta.

La falta de afluencia de visitantes nacionales y extranjeros en las Cascadas del Refugio Ecológico Molinuco es un motivo de gran importancia para elaborar un plan de marketing del sitio para fomentar el turismo y promocionar este lugar de mejor manera para que obtenga mayor importancia como sitio natural.

Por este motivo se ve la necesidad de crear un plan de marketing turístico para las Cascadas del Refugio Ecológico Molinuco para promocionar este destino turísticos no conocido y motivar al desarrollo del turismo interno en Ecuador, lo cual conlleva a obtener mayores ingresos para el país y crear nuevas fuentes de trabajo o negocios en lugares cercanos al destino turístico, lo cual favorece al desarrollo económico del sector.

Con la información que se recolecte en este plan de marketing, permitirá para que estudiantes de Universidades y diversos centros educativos utilicen esta información proporcionada para uso académico y profesional.

Por lo expuesto el presente documento se justifica desde el punto de vista teórico y práctico.

Delimitación

En el Refugio Ecológico Molinuco se tomara en cuenta las siguientes delimitaciones:

Delimitación Temporal: El presente estudio de investigación se realizará desde el 11 de Julio de 2012 hasta el 28 de Febrero de 2013.

Delimitación Teórica: El presente plan se enmarca dentro del marketing turístico.

Delimitación Espacial: El espacio geográfico dentro del cual tendrá lugar la investigación será en los barrios del norte de Quito y en el Refugio Ecológico Molinuco y sus atractivos turísticos.

Objetivos

Objetivo General:

- Elaborar un plan de marketing turístico de las Cascadas del Molinuco ubicadas en la Provincia de Pichincha para aumentar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Objetivos específicos:

- Realizar un análisis del macro entorno y micro entorno del Refugio Ecológico Molinuco.
- Elaborar una investigación de mercado de las Cascadas del Molinuco.
- Realizar un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Refugio Ecológico Molinuco.
- Establecer las estrategias de marketing que se van a aplicar en el sitio.
- Elaborar un presupuesto para la elaboración del plan de marketing para las Cascadas del Molinuco.

Marco Teórico

Comunicación turística

“La comunicación turística engloba las actividades de información sobre productos y acciones de la empresa que se dirigen de modo persuasivo al mercado”. (Rey, 2000, pág. 320).

La información que se dé por parte de la Empresa es muy importante ya que a través de la información que se brinde, el cliente obtendrá conocimiento del destino turístico y decidirá si visitar o no el lugar.

A través de la comunicación turística se logra crear interés por el destino turístico, dar a conocer las promociones y motivar a la visita del destino constantemente.

Marketing Turístico

“La importancia creciente de las necesidades del ocio y la internacionalización de los negocios han convertido a la industria turística en líder de la economía mundial”. (Rey, 2000, pág. 35)

El mercado turístico ha sufrido algunos cambios en los últimos años, debido a una serie de factores del marketing, se ha notado un aumento en la oferta, en cuanto a variedad de destinos turísticos y en cantidad, en la demanda ha habido cambios en cuanto a preferencias por los destinos a escoger, además existe un menor ritmo de crecimiento y hay mayor competencia.

La competencia es un factor fundamental a tomar en cuenta, ya que en la actualidad hay mayor rivalidad entre las empresas de turismo, buscando satisfacer los requerimientos cada vez más exigentes de los consumidores turistas. A nivel internacional hay mayor innovación en la creación de destinos turísticos, debido a su tecnología y su desarrollo económico en el ámbito turístico; por otro lado a nivel nacional hay diversidad de destinos turísticos en su mayoría con variedad en recursos naturales y culturales, pero es un aspecto que no se lo toma en cuenta, debido a la promoción que se dan únicamente en ciertos destinos conocidos a nivel internacional.

“Podemos considerar que el Marketing turístico será la parte del Marketing encargada en guiar la comercialización de los productos y servicios de las organizaciones que integran el sector”. (Rey, 2000, pág. 37)

Producto turístico

“El producto constituye, sin duda, el núcleo central de la gestión del Marketing turístico. Es el elemento que se toma como referencia para diseñar las actuaciones a desarrollar en el resto de integrantes del Marketing-mix”. (Rey, 2000, pág. 232)

Puede haber diferentes productos turísticos, pero esto conlleva a satisfacer una misma necesidad, el producto tiene elementos tangibles e intangibles y el servicio es un factor clave para satisfacer las necesidades de los clientes y como resultado se generen utilidades para la Empresa.

Plan de marketing

Plan de Marketing es un documento escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado. Puede ser para un bien o servicio, una marca o una gama de producto. También puede hacerse para toda la actividad de una empresa.

“Si los mercadólogos realizan un buen trabajo al identificar las necesidades de los consumidores, desarrollan un buen producto, establecen un buen precio y lo distribuyen y promocionan en forma efectiva, el resultado consistirá en productos atractivos y clientes satisfechos”. (Kotler, Bowen, & Makens, 1997)

Tomando en cuenta la importancia de la mercadotecnia del turismo podemos decir que la industria de los viajes requerirá profesionales de la mercadotecnia que comprendan el panorama general y sean capaces de responder a las necesidades cambiantes de los consumidores por medio de estrategias creativas que se basen en el conocimiento sólido de la mercadotecnia (Kotler, Bowen, & Makens, *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*, 1997, pág. 12).

Después de conocer los conocimientos impartidos por algunos autores, hay que tomar en cuenta las etapas que conforman este plan de marketing:

Primera etapa: Como punto de partida hemos tomado en cuenta el análisis del entorno, que abarca el micro entorno y macro entorno del lugar, ya que esto nos facilita conocer la situación actual que presenta el sitio y de acuerdo a esto por mejorar en sus falencias.

En el marcoentorno se realiza un análisis económico general del sitio, además se toma en cuenta el análisis político, social, tecnológico, demográfico y natural.

En el micro entorno se analizan los atractivos turísticos del lugar, que tipo de servicios ofrece y las diversas actividades que pueden realizar los turistas. Además se analiza la propuesta de marketing, que se la aplica mediante el precio establecido, el tipo de producto que se está ofreciendo, la plaza y la promoción que se está aplicando; se toma en cuenta a los competidores más fuertes para poder analizar las fortalezas y debilidades de ambos productos.

Segunda etapa: En la investigación de mercados primero se establecen los objetivos de investigación, que nos permiten guiarnos durante el desarrollo de la investigación; se define la metodología de investigación que se va utilizar; de ahí procedemos a segmentar al mercado y calculamos la muestra; se define el diseño de instrumento de recolección; se realizan las encuestas y finalmente se realiza un análisis del resultado de las encuestas.

Tercera etapa: Consiste en establecer un análisis FODA, donde se determinan las fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas, en el aspecto turístico, para esto se elabora una matriz de evaluación de los factores internos y externos. Además se prepara un plan operativo tomando en cuenta los objetivos, las estrategias innovadoras, y las acciones a implementar.

Cuarta etapa: Se elabora un presupuesto de marketing, que nos permite establecer si es factible el plan a implementar a futuro.

Marco Conceptual

Para la elaboración del plan de marketing, hay que tomar en cuenta algunos términos de importancia a conocer:

Amenaza del ambiente.- Reto planteado por tendencias o agentes desfavorable que podrían conducir, en ausencia de acciones de mercado defensivas, al deterioro de las ventas o de las utilidades.

Canal de distribución.- Conjunto de organizaciones que dependen entre si y participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor.

Cascada.- Sector de un curso fluvial, donde por causa de un fuerte desnivel del lecho por donde este fluye, el agua que transporta cae verticalmente por efecto de la gravedad.

Demanda.- Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.¹

Fauna.- Es el conjunto de especies animales que habitan en una región geográfica, que son propias de un periodo geológico o que se pueden encontrar en un ecosistema determinado.

Flora.- Se refiere al conjunto de las plantas que pueblan una región, por ejemplo un continente, clima, sierra, etc.

Globalización.- Proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

¹ [http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))

Macro ambiente.- Fuerzas sociales que afectan a todo el micro ambiente: incluyen las fuerzas competitivas, demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

Microambiente.- Fuerzas cercanas a la empresa que afectan su capacidad para servir a sus clientes: la empresa, las empresas responsables de la mercadotecnia, los clientes, los competidores y el público.

Molinuco.- Molino escondido.

Necesidad Humana.- Estado de privación percibida en una persona.

Oferta.-Es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.²

Oferta turística.- Se define como el número total de empresas, instituciones privadas ó públicas que se dedican a la detección, incitación, o satisfacción directa o indirecta de una necesidad, o de un conjunto de necesidades de ocio, mediante un viaje.

Oportunidad.- Una oportunidad de mercado es un área de necesidad en la cual una empresa puede operar en forma rentable.

Playón.- Formas de tierra que se originan durante el periodo final de la creciente, donde la carga del material transportado por el río se deposita al bajar el caudal del río, produciéndose una sedimentación de los mismos.

Producto turístico.- Combinación de elementos tangibles e intangibles que generan utilidades o beneficios al cliente en forma de experiencias fuera de su lugar habitual de residencia o trabajo.

Segmentación.- Proceso de división de mercado en subgrupos homogéneos, con necesidades intergrupos diferentes y para cuya satisfacción requieren programas de marketing mix también diferentes.

Vado.- Es un lugar de un río, arroyo ó corriente de agua con fondo firme y poco profundo, por donde se puede pasar.

Viajes y Turismo.- La industria de los viajes está integrada por industrias que proporcionan o facilitan el transporte temporal para los negocios o el placer.

² <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

CAPÍTULO I

ANALISIS DEL ENTORNO INTERNO DE LA EMPRESA

1.1. Reseña de la Empresa

El terreno donde hoy es el Refugio Ecológico Molinuco antiguamente se asentaba la Cervecería “La Victoria” donde se molía la cebada, de ahí proviene el nombre Molinuco que significa “Molino en un hueco” por el uso que se le daba al sitio. Este lugar se encontraba conformado por 400 hectáreas y fueron compradas 80 hectáreas por la Familia Herrera en el año de 1969, lugar donde se construyó la Hacienda Patichubamba, ubicada en la Parroquia de Pintag.

Aprovechando el entorno del paisaje, su diversidad en flora y fauna, se decidió en el año 2004 crear el Refugio Ecológico Molinuco, conformado por 80 hectáreas, donde se crearon senderos ecológicos, caminatas al mirador de los volcanes, visita a las cascadas, camping, paseos a caballo, parqueaderos, alojamiento y restaurante, entre otros servicios, convirtiéndose en una opción turística para todas las personas y potencialmente destacado por su uso sustentable. *Ver Anexo No.2*

1.1.1. Ubicación Geográfica

El Refugio Ecológico Molinuco se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, en el valle de los Chillos, a 45 minutos de la Ciudad de Quito y a 15 kilómetros de Sangolquí, en el sector de Pintag. Se encuentra atravesado por el canal del Río Pita.

1.2. Visión, misión, filosofía empresarial

La información recopilada a continuación fue proporcionada por el señor Hugo Herrera, dueño del Refugio Ecológico Molinuco.

1.2.1. Visión:

Crear un lugar donde se conserve la naturaleza del lugar, que los visitantes sean parte de la naturaleza y utilicen el lugar de la mejor manera posible y que noten un cambio positivo en cada visita que realicen.

1.2.2. Misión:

Dar un buen servicio a sus visitantes, para que las personas se sientan a gusto con la naturaleza, y que personas de todas las edades utilicen e sitio realizando diferentes actividades que ofrece el Refugio Ecológico Molinuco y sientan el deseo de regresar al sitio.

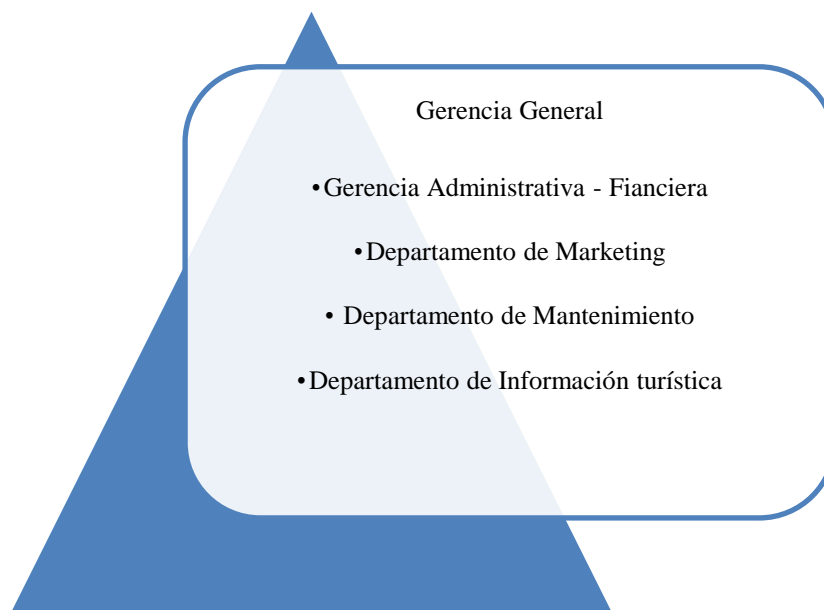
1.4. Constitución legal

La Hacienda Patichubamba fue adquirida por la familia Herrera en el año de 1969 y el Refugio Ecológico Molinuco fue creado en el año 2004 a nombre de Hugo Efraín Herrera Clavijo con número de RUC: 1704249448001, conformada por 80 hectáreas y administrada por tres personas, familiares del señor Hugo Herrera, con motivo de destinar este lugar al turismo de aventura y de descanso, conservando el sitio y los recursos naturales que se encuentran en el área.

1.5. Estructura administrativa

La estructura de la empresa Refugio Ecológico Molinuco se detalla a continuación:

Ilustración 1. 1 Organigrama Estructural



Fuente: Gerente General Refugio Ecológico Molinuco

Elaborado por: Autora

1.5.1. Gerencia General

El Señor Hugo Herrera se encarga dirigir, coordinar y supervisar todas las áreas del Refugio Ecológico Molinuco, además mantiene buenas relaciones con los clientes, con todos los departamentos y con los proveedores para el buen funcionamiento de la Empresa.

1.5.2. Gerencia Administrativa – Financiera

El señor Alejandro Herrera se encarga de manejar el área administrativa los departamentos de Contabilidad, Adquisiciones, Administración, Desarrollo

Humano, Planificación Financiera. Además organiza, coordina y dirige todas las actividades administrativas y financieras de la Empresa.

1.5.3. Marketing

La Señora Nathaly Herrera se encarga de toda la investigación del mercado, del análisis de la Empresa, de fijar los precios de los productos y servicios de la Empresa; elige las estrategias de comunicación a utilizar y controla la distribución.

1.5.4. Mantenimiento

Esta área se encarga del mantenimiento y cuidado de los recursos naturales y de todas las áreas del Refugio Ecológico Molinuco, como también se encargan de la siembra de plantas y árboles para el sitio.

1.5.5. Información Turística

Las personas que trabajan en esta área se encargan de brindar información turística en el camino al Refugio y también manejan la venta de las entradas al lugar; se brinda el servicio de guías que pueden brindar información en el recorrido del Refugio.

1.6. Infraestructura turística

1.6.1. Parqueadero

Este lugar cuenta con un espacio para parqueadero de vehículos dentro del Refugio Ecológico Molinuco, donde existe seguridad y el turista puede disfrutar de su estancia en el Refugio en todo el recorrido, el parqueadero no tiene ningún costo para las personas que hayan adquirido la entrada para el Refugio, solo se debe presentar el boleto para el ingreso al sitio. *Ver Anexo No. 2*

1.6.2. Alojamiento

El sitio dispone de dos habitaciones sencillas con acomodación simple, matrimonial y doble, dependiendo del requerimiento de los visitantes.

Sus habitaciones tienen un estilo único de hacienda, donde el turista puede descansar y vivir una experiencia placentera y disfrutar tranquilamente de todas las actividades que se pueden realizar en el refugio con un servicio único.

1.6.3. Restaurante

El restaurante del refugio es un lugar agradable, por la atención de su gente amable y servicial, se pueden degustar platos típicos de la zona, como son el famoso choclo con queso y habas, sanduche de queso, sopa de pollo, locro de papas, trucha, ¼ de pollo, lomo a la plancha, pollo al jugo, y bebidas refrescantes. Los cuales son elaborados con productos adquiridos a los productores de la zona. *Ver Anexo 2*

1.7. Recursos Naturales

1.7.1. Flora

Este sitio presenta una exuberante flora donde predominan el zuro, aliso, puma maqui, cedrillo, helechos entre otros; se puede observar además el bosque primario, bosque de eucalipto, alisos, ciprés, pinos, rodeado de cascadas, chorreras y vertientes del Río Pita.

1.7.2. Fauna

El trinar de jilgueros, mirlos y los colibríes son aves que se observan constantemente y embellecen el lugar.

1.8. Atractivos turísticos

1.8.1. Cascada Molinuco

En este atractivo turístico se puede aprovechar de los atractivos naturales que dispone el sector, ya que la travesía empieza en el sendero donde se puede apreciar diferentes especies de flora y fauna, destacándose las achupallas y se puede observar el bosque primario y el bosque de alisos, también se observan aves del lugar; el sendero es de fácil acceso y hay señalización para poder direccionarse hacia la Cascada del Molinuco.

La caminata dura aproximadamente 45 minutos la ida y 45 minutos de regreso, se puede además respirar el aire fresco y ver un hermoso paisaje, rodeado de agua cristalina y puentes para atravesar el río Pita.

La Cascada Molinuco tiene una altura de 8 metros de caída de agua aproximadamente, posee una fuerte corriente del río, teniendo un contacto directo con la naturaleza, y hacer reflexión de la belleza ecuatoriana. *Ver Anexo No. 2*

1.8.2. El Manantial

Recorriendo el sendero, pasando la Cascada Molinuco se puede ver la Cascada Manantial, con pequeños chorros de agua, cubriendo las rocas y vegetación de la naturaleza, se observa esta maravilla. Aquí se puede aprovechar para disfrutar un poco del agua, en su sendero el visitante queda admirado ya que se aprecia un camino donde pasa un poco de agua, por sus pequeños caudales, es único en el mundo.

1.8.3. La Gran Cascada

Es uno de los destinos mágicos que uno puede visitar, ya que es la cascada más grande que se encuentra en el sitio, con 18 metros de caída de agua, se puede disfrutar de su hermoso paisaje al ver el fuerte caudal del agua.

1.8.4. Vado El Pescador

Es un lugar rodeado de rocas grandes, donde pasa el río tranquilo por este recorrido, aquí el turista puede aprovechar para relajarse y bañarse en sus aguas.

1.8.5. Vado el Descanso

Como su nombre lo dice, rodeado de rocas lisas que forman un camino, se puede observar cómo se desborda el río suavemente y sigue su rumbo, en este lugar los turistas aprovechan para descansar del largo recorrido y disfrutar un momento en familia y amigos.

1.8.6. Mirador de los 7 Volcanes

Este es el lugar perfecto para disfrutar del paisaje de los volcanes que hay en nuestro lindo Ecuador, aquí se puede llegar en carro o caminando, lo cual lo hace un poco más tranquilo el recorrido.

1.9. Actividades

1.9.1. Camping

Hay un espacio destinado para esta actividad, en lo alto del refugio, en este sitio el turista se puede lanzar a la aventura, pasando su estadía de otra forma diferente, tiene que ir preparado, llevando todo su equipamiento para acampar, el lugar es muy seguro.

1.9.2. Paseos a Caballo

Esta actividad la pueden disfrutar en familia y también aprovechar de los animales que alegran el día y hacen de este un momento especial, si es la primera vez que va a realizar esta actividad, hay gente que trabaja en el refugio que le puede ayudar.

1.9.3. Pesca Deportiva

La actividad recreativa de pesca deportiva se la puede realizar en la pequeña piscina de truchas del monumento al Refugio Molinuco, donde los visitantes se pueden entretener pescando y pasar un momento agradable, además de degustar de este plato típico. *Ver Anexo No. 2*

1.10. Posicionamiento

El Refugio Ecológico Molinuco se ha logrado posicionar por el apoyo de los visitantes año tras año desde su creación en el año 2004, por referencias de los turistas que visitan el refugio; además se ha logrado difundir la información por medio de los guías turísticos que están prestos a dar una explicación general del refugio y que se ubican en sectores estratégicos en el recorrido de la carretera hacia el refugio, donde realizan la entrega de tarjetas donde se detalla las actividades que se pueden realizar en el lugar y hay un mapa de todo el recorrido, además están los contactos donde se pueden comunicar, estas personas se distinguen por llevar puesta una camiseta de color verde.

A través de su página web www.refugiomolinuco.com se ha difundido información turística al público en general del Refugio, y toda la información de la Empresa.

1.11. Análisis de las ventas

Tabla 1. 1 Análisis de ventas-visita turistas

DETALLE	VISITAS	CANTIDAD MENSUAL	OCASIONES AL AÑO	CANTIDAD ANUAL
Visita de turistas	Entre semana	100	12	\$1.200
	Fines de Semana	250	12	\$3.000
	Feriado	600	14	\$ 8.400
TOTAL DE VISITAS				\$12.600

Fuente: Refugio Ecológico Molinuco

Elaborado por: Autora

Tabla 1. 2 Análisis de ventas-entradas

VALOR ENTRADA	VISITAS	# VISITAS ANUALES	TOTAL INGRESOS ANUALES
\$ 2.00	Entre semana	1.200.00	\$ 2.400.00
\$ 2.00	Fines de Semana	3.000.00	\$ 6.000.00
\$ 2.00	Feriado	8.400.00	\$ 16.800.00
TOTAL VENTAS			\$ 25.200.00

Fuente: Refugio Ecológico Molinuco

Elaborado por: Autora

Tabla 1. 3 Costos operativos

COSTOS OPERATIVOS	CANTIDAD MENSUAL	# ANUAL	TOTAL
Sueldo Gerente General	\$ 900,00	12	\$ 10800,00
Sueldo Empleados (13)	\$ 292,00	12	\$ 3504,00
Mantenimiento	\$ 300,00	12	\$ 3600,00
Servicios básicos	\$ 50,00	12	\$ 600,00
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			\$ 18504,00

Fuente: Refugio Ecológico Molinuco

Elaborado por: Autora

1.12. Análisis de la promoción

La promoción del lugar se la realiza en el camino de la carretera hasta llegar al Refugio Ecológico Molinuco. Los medios que se utilizan son a través de la entrega de trípticos del lugar, donde se detalla la siguiente información: ruta interna del refugio, croquis para poder llegar al sitio, fotos de los atractivos turísticos, detalle de los servicios, dirección de las oficinas en la ciudad de Quito, teléfonos de contacto y email.

Para mayor información del refugio, existe una oficina administrativa en la ciudad de Quito en la Av. 6 de diciembre N. 3179, teléfonos: 2239605/ 2257961/ 0999931048/ 0992717342. La dirección de la página web es www.refugiomolinuco.com; los emails de contacto son: info@refugiomolinuco.com, herrera_nathaly@hotmail.com

Triptico Actual Refugio Ecológico Molinuco



Fuente: Refugio Ecológico Molinuco

Elaborado por: Propietario del Refugio Ecológico Molinuco

1.13. Análisis de la fijación de precios

A continuación se detalla los precios establecidos, entre los más importantes tenemos:

Tabla 1. 4 Análisis de Precios

DETALLE	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO
Entrada	Adultos	\$ 2,00
	Niños (12 años)	\$ 1,00
Actividades	Paseo a caballo (20 min)	\$ 1,50
	Pesca	\$ 3,00
	Camping	\$ 4,00
Servicios	Hospedaje por persona	\$ 14,00
	Restaurante:	
	Trucha Molinuco	\$ 6,00
	1/4 Pollo	\$ 5,50
	Choclo con queso	\$ 1,50
	Agua sin gas	\$ 1,00
	Gaseosas	\$ 1,00

Fuente: Refugio Ecológico Molinuco

Elaborado por: Autora

1.14. Análisis de proveedores

El proveedor de las Truchas para el servicio del restaurante proviene del sector de Papallacta, es un producto cien por ciento natural y fresco por lo que el plato que se ofrece en el restaurante de trucha es uno de los más apetecidos. También se cuenta con criadero de Pollos en el Refugio, lo cual permite tener un producto de muy buena calidad, y permite ahorrar costos.

Existen áreas para el cultivo de vegetales en la zona, lo que se aplica es un constante mantenimiento y cuidado de los cultivos para la buena producción de los productos que se ofrecen en el restaurante a los turistas.

1.15. Análisis de competidores principales

1.15.1. Centro Recreacional Ecológico La Gran Cascada del Pita

Este lugar pertenece a la Familia Leyma y a la Fundación Conservación y Vida, se encuentra ubicado junto al Refugio Ecológico Molinuco en el sector de Pintag; este atractivo turístico tiene una altura de 2930m y se caracteriza por que tiene tres tipos de recorridos:

- Pequeña aventura: Tiene una duración de 25 minutos donde se hace el recorrido por el sendero que llega hasta el río.
- Mediana aventura: Dura 50 minutos y el sendero conduce hasta la Cascada de las Niñas, tiene una dificultad media debido a su recorrido.
- Gran Aventura: Tiene una duración aproximada de 1 hora y este camino llega hasta la Gran Cascada del Río Pita, y hay un sendero de retorno.

Actividades:

Caminatas

- Pozo de la meditación
- Pozo del Edén
- Pozo Esmeralda
- Pozo del Aventurero
- Sendero Ecológico
- Gran Cascada

Deportes Extremos

- Canopy
- Tarabita
- Rappelling

Otros Servicios

- Restaurant
- Pesca deportiva
- Picnic
- Camping
- Cabalgatas
- Juegos infantiles

Posicionamiento:

La Gran Cascada del Pita se ha logrado posicionar a través de capacitación del personal que trabajan como guías turísticos, que brindan información detallada de todas las actividades que se pueden realizar en este lugar, se ubican en lugares estratégicos a lo largo del recorrido de la carretera hasta llegar al sitio, se distinguen por llevar puesta la camiseta de la empresa que es de color azul.

Análisis de la promoción:

Los medios de promoción utilizados en la Gran Cascada del Pita son a través de trípticos donde se detalla el recorrido de todas las actividades del sitio, fotos del lugar, los costos para realizar las diversas actividades, los números de contacto y la dirección de la página web.

La Gran Cascada del Pita tiene su página web, su dirección es www.cascadadelpita.com. Los teléfonos para mayor información son: 2870019/ 0984073434/ 0984141746.

El sitio cuenta con una oficina de información ubicada en el Valle de los Chillos, sector Molinuco, pasando el tanque de Aeración a 1200 metros.

Análisis de la fijación de precios:

Tabla 1. 5 Análisis de Precios Cascada del Pita

DETALLE	DESCRIPCION	PRECIO
Entrada	Adultos	\$ 2,00
	Niños, tercera edad y discapacitados	\$ 1,00
Actividades	Camping (incluye la entrada)	\$ 3,00
	Tarabita	\$ 2,00
	Canopy	\$ 5,00
	Pesca deportiva (por trucha)	\$ 1,50
	Alimentación (plato incluye jugo)	\$ 4,50
	Guía Turístico (opcional) por grupo	\$ 15,00

Fuente: Cascadas del Río Pita

Elaborado por: Autora

1.15.2. Reserva Ecológica Cascada de Rumibosque

Esta reserva tiene una altitud de 2850 m.s.n.m, ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, sector de Pintag, se encuentra en un encañonado natural producto del Volcán Cotopaxi, en este lugar se puede apreciar un mirador natural, su recorrido es de 1km para llegar al encañonado, está compuesto por el Bosque Montano Húmedo Bajo.

Actividades:

- Excursiones guiadas
- Área de Picnic
- Senderismo
- Camping
- Cursos de conservación ambiental
- Investigación en Ecología, Ecoturismo y Biología.
- Contacto directo con la naturaleza
- Cascadas de Rumibosque
- Flora y Fauna del lugar

Atractivos turísticos:**Proyecto Ecológico Rumibosque**

Esta reserva se encuentra conformada por la Cuenca Hidrográfica del Río Pita proveniente de los deshielos del volcán Cotopaxi, dando origen a tres cascadas que son: Pailón de Oro, la Yumbita y Zurohuaico. Estas cascadas presentan una caída de 35m y el recorrido llega hasta el río Huaspal.

Las Cascadas de Rumibosque pertenecen a la familia Zúñiga, que son los encargados de la administración del lugar.

La Finca Integral Sustentable Inkamaya:

Ubicada en este sector tiene un ecosistema muy variado donde se pueden practicar deportes como bicicleta de montaña, senderismo y cabalgatas.

Flora:

En cuanto a su flora se puede observar especies de arrayanes, cedros y Pumamaquis.

Fauna:

En su fauna predominan los colibríes, ave nativa del lugar.

Análisis de promoción:

El proyecto Ecológico Rumibosque es difundido por medio de internet, a través de la red de Facebook y blogs, donde se puede encontrar información y fotos acerca del lugar: <http://quito.olx.com.ec/paseos-ecologicos-iid-34075445>.

En el trayecto del sector de Pintag hay guías turísticos que promocionan el lugar, por ser un lugar relativamente nuevo en el mercado turístico, solo se trasmite la información a través de hojas impresas donde se detallan las actividades, la localización y los atractivos turísticos de dicho lugar, y también muestran a los turistas un mapa con la ubicación para poder llegar al sitio.

Los números de contacto para reservaciones son: 085146849/ 096571408. Correo electrónico: cascadasderumibosque@hotmail.com

<http://es.netlog.com/rumibosque>

Ilustración 2. 2 Cascada Rumibosque

Fuente: Google

Elaborado por: Cascada Rumibosque

Análisis de la fijación de precios:**Tabla 1. 6 Análisis de fijación de precios entradas y actividades Refugio Molinuco**

DETALLE	DESCRIPCION	PRECIO
Entrada	Todo público (incluye todas actividades)	2,00
	Niños de hasta 12 años no pagan	0,00
Actividades	Camping (por noche)	2,00

Fuente: Blog OLX Quito

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO DE LA EMPRESA

2.1 Análisis Económico

2.1.1. Ministerio de Finanzas

El Ministerio de Finanzas en el Ecuador es el ente rector del desarrollo de la economía del país, se encarga de la ejecución de la política fiscal de los ingresos, gastos y financiamiento público para dar una mejor calidad de vida a los ciudadanos.

“El Ministerio de Finanzas desarrolla políticas, normas, procesos y análisis de la gestión de ingresos, gastos, financiamiento, activos y pasivos del Sector Público”.
(www.finanzas.gob.ec)

El Presupuesto General del Estado del año 2012 aprobado por la Asamblea Nacional y publicado en la Edición Especial del Registro Oficial No. 237 de 30 de enero de 2012 ascendió a USD 26.109 millones, representando el 36% del PIB estimado para ese año; y, se prevé un financiamiento de USD 4.848 millones, es decir USD 122 millones inferior al previsto en el 2011. Estos resultados incluyen los valores correspondientes a la Cuenta de Financiamiento de Derivados Deficitarios (CFDD).³

2.1.2. Indicadores Macroeconómicos

Durante el ejercicio fiscal 2011, los principales indicadores económicos muestran el siguiente desempeño:

Inflación anual: 5,38%, Junio 2011. Fuente: INEC

Empleo adecuado: 45,6%, Junio 2011. Fuente: INEC

Subempleo: 46,7%, Junio 2011. Fuente: INEC

Desempleo: 6,4%, Junio 2011. Fuente: INEC

³(<http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/ENERO-MARZO-2012.pdf>)

2.1.3. Banco Central del Ecuador

En los últimos años se ha notado un incremento de producción en el sector público, debido a la creación de varias empresas públicas por el mandato del Gobierno Nacional, lo cual genera mayores ingresos para el País.

Petroleo:

En el año 2006 se caduco el contrato entre el Estado y la empresa petrolera Oxy, lo cual favorecio la exportacion de crudo de las Empresas del Estado. Actualmente el petroleo pertenece al Estado y las empresas privadas reciben un pago por el servicio de la explotacion petrolera.

Inflación:

Los niveles de inflacion a partir del año 2000 ha tenido una disminucion, manteniendose a un mismo nivel, en el año 2011 el nivel de inflacion tuvo un porcentaje de 5.4% según el INEC.

Salario Real:

A partir del año 2000 hay un cambio notorio en el salario, debido a la dolarización y a la disminución de la inflación, por lo que se recupera el poder de compra, en la actualidad los salarios han aumentado.

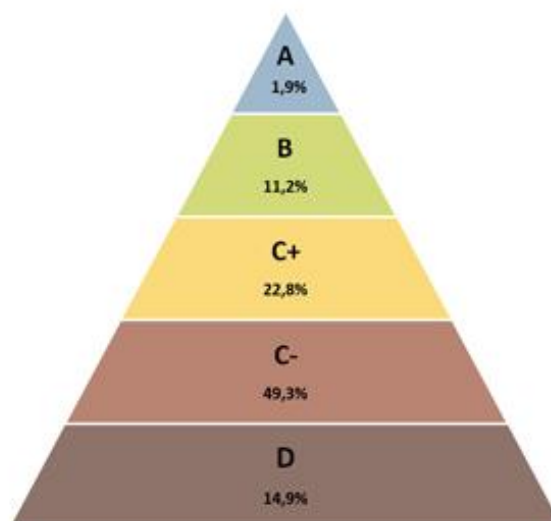
La Crisis Ecuatoriana:

El fenomeno de la crisis se ha dado por varias circunstancias año tras año en el mundo entero, afectando al sector económico, político, jurídico, familiar, entre otros. En el ambito económico las causas se han dado debido a una desigualdad de la riqueza del pais, la pugna de poderes, la inestabilidad política, la mala aplicación de las leyes, la falta de consciencia de los gobernantes y su egoismo.

La solución de la crisis ecuatoriana se puede dar si se toma en cuenta a la sociedad y sus neseidades, donde el pilar fundamental es la honestidad y respeto de las leyes que permiten vivir de mejor manera.

“El principio jurídico de cumplir y hacer cumplir de Constitución de las Leyes constituye patrimonio de todos los ecuatorianos y debe ejercerse con la mayor diligencia y honestidad, dentro del marco juridico preestablecido”. (Salgado, 1997, pág. 22).

Ilustración 2. 1 Estratificación del Nivel Socioeconómico



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Este estudio se realizó a 9.744 viviendas del área urbana de las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato. Después del estudio realizado se estableció que en el Ecuador existen 5 estratos socioeconómicos.

Programa de Negocios Turísticos Productivos – Ministerio de Turismo:

Este programa busca fortalecer el componente productivo de negocios turísticos que existen en el Ecuador, identificando las oportunidades de inversión, brindando asistencia técnica en proyectos, apoyo técnico en gestión de crédito con organismos de la banca pública. El programa brinda apoyo para impulsar el desarrollo de micro, pequeños y medianos proyectos turísticos de calidad, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional del país.⁴

Este programa permite apoyar en la generación, evaluación y orientación de las ideas de negocios o emprendimientos en el sector turístico, partiendo con los recursos que se tenga.

⁴ <http://www.turismo.gob.ec/negocios-turisticos-productivos/>

Se crea un plan de negocios y base estratégica para que el proyecto sea exitoso y se le orientara a la persona para la obtención del crédito a través de la banca pública. Uno de los requisitos para la obtención del crédito es la emisión de un certificado de aval técnico del Ministerio.

Requisitos:

1. Contar con una idea de negocio o proyecto turístico ya sea nuevo, para ampliación o mejoras de uno existente.
2. Acercase a la oficina más cercana a su localidad del Ministerio de Turismo para mantener una primera entrevista de asesoramiento.

2.2 Ambiente Demográfico

Uno de los ámbitos de mayor importancia es el crecimiento de la población ecuatoriana, lo cual conlleva a una serie de cambios en todos los factores que se desarrollan en nuestro país. Tomando en cuenta el crecimiento dado a partir del siglo XXI ha aumentado el número de centros educacionales, servicios básicos, la canasta familiar, más centros de salud, mayor número de viviendas, entre otros.

“El resultado del excesivo e incontrolado crecimiento poblacional da como resultado el hambre y la miseria”. (Salgado, 1997, pág. 300).

La legislación debe regular el crecimiento demográfico a través de varios medios, como son la educación sexual, campañas de información de métodos anticonceptivos.

En Ecuador se necesita que la población aumente de forma racional, donde cada individuo puede sustentar sus necesidades básicas para tener una buena calidad de vida.

2.2.1. Cantón Rumiñahui

El cantón Rumiñahui forma parte de los ocho cantones que componen a la provincia de Pichincha, ubicado en el valle de los chillos, al sur de la ciudad de Quito, a continuación se detalla su área y densidad poblacional:

Ilustración 2. 2 Organización Territorial del Cantón Rumiñahui

PARROQUIAS/CANTON	AREA (km ²)	POBLACION	DENSIDAD POBLACIONAL (hab/km ²)
SANGOLQUI	50,42	58254	1175
SAN RAFAEL	2,55	6699	2637
SAN PEDRO DE TABOADA	5,11	16187	3125
TOTAL PARROQUIAS UBANAS	58,08	81140	1416
COTOGCHOA	35,35	3937	108
RUMIPAMBA	42,25	775	18
TOTAL PARROQUIAS RURALES	77,60	4712	60
CANTÓN TOTAL	135,68	85852	632

Fuente. Censo INEC 2010, PD y OT 2011

Elaborado por: Equipo Técnico PD y OT 2011

2.3 Ambiente Tecnológico

“El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información fue creado mediante Decreto Ejecutivo N° 8 firmado por el Presidente de la República, Econ. Rafael Correa Delgado, el 13 de agosto de 2009”⁵.

El Ministerio de telecomunicaciones en el Ecuador se encarga de que todos los ciudadanos puedan acceder a los servicios de telecomunicaciones igualitariamente, estableciendo políticas, planes y evaluación de su uso para que haya bienestar en la población ecuatoriana.

Uno de los objetivos primordiales de este ente es que se aumente el número de ciudadanos que usan los servicios en general de forma digital, de esta manera se facilita el tiempo y forma de vida.

⁵ <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-ministerio/valores-mision-vision-2>

A través del Ministerio se trata de actualizar a la sociedad de los programas tecnológicos, para estar a la par con los países desarrollados a nivel mundial. Un clave ejemplo de esto, es el Seminario de Televisión Digital y rondas de negocios en Ecuador, que se realizó en agosto de 2012, donde el tema tratado fue el de mejorar la programación de la televisión nacional, tratando de aplicar programas educativos a nivel cultural, en este evento participaron la embajada de Japón.

El Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Ing. Jaime Guerrero Ruiz, recordó que la Constitución de la República, aprobada por una amplia mayoría de ecuatorianos, en su artículo 2 reconoce al kichwa y shuar como los idiomas oficiales de interrelación cultural. El kichwa es una lengua con siglos de vida y es hablada por millones de personas en el mundo en sus distintas variantes, añadió “Según datos del Censo de Población y Vivienda 2010, en el Ecuador 591.448 personas mantienen vigente esta lengua ancestral, acotó.⁶ (Boletín de prensa-celular con aplicaciones en kichwa)

Un cambio importante en los últimos meses del año 2012 es el uso del idioma kichwa en el país, debido a que el Gobierno desea implementar el valor cultural de este idioma en toda la población, empezando por la educación en centros educativos.

Uno de los medios que influye en todos los campos es el uso del internet; en el sector público la información en la actualidad se la maneja de manera pública, tomando en cuenta toda la información relacionada con el desenvolvimiento de cada empresa, donde los ciudadanos tengan acceso a dicha información, para que estén enterados del desarrollo del país. Otro aspecto muy importante es la información de las empresas privadas y de los ciudadanos cada vez se está tomando en cuenta para que se publique la información, donde el factor económico es muy importante en la difusión de la información.

⁶ <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-ministerio/valores-mision-vision-2>. (Boletín de prensa-celular con aplicaciones en kichwa)

A continuación se ha tomado en cuenta el siguiente cuadro, relacionado con el uso del internet en el Ecuador:

<i>Uso de Internet: Nacional</i>			
	2008	2009	2010
<i>Educación y aprendizaje</i>	40.1%	38.7%	40.0%
<i>Obtener información</i>	23.4%	30.0%	27.2%
<i>Comunicación en general</i>	23.9%	18.9%	22.4%
Por razones de trabajo	7.3%	7.8%	5.3%
<i>Otro</i>	5.3%	4.4%	5.0%

Ilustración 2. 3

Uso de Internet en el Ecuador

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: INEC

Los valores que más alto puntaje tienen es el uso de internet por motivos de educación y aprendizaje y por comunicación en general; Ecuador en la actualidad es un país más competitivo.

2.4 Ambiente Cultural

El Ministerio de Cultura mantiene un serio compromiso con la sociedad ecuatoriana como es el de posicionar a esta Cartera de Estado, como la entidad rectora en el ámbito cultural en vínculo con los sectores sociales y con las instituciones del ámbito cultural. La Constitución plantea por primera vez la necesidad de establecer una estructura sistémica que atienda a las grandes necesidades culturales para la

construcción de un Estado y una sociedad justa, democrática, intercultural y plurinacionales⁷

La cultura en el Ecuador es una parte fundamental en la historia de nuestros antepasados, ya que caracteriza a regiones del país e individualiza cada tradición creada por un pueblo.

A través del Ministerio de Cultura se trata de fortalecer la identidad cultural que existe, transmitida de generación en generación y que ha sido de mucha importancia conservarla para que permanezca en las futuras generaciones y no se pierdan los valores culturales que han inculcado los antepasados.

Ecuador es una nación multiétnica y pluricultural. Su población sobrepasa los 14 millones de habitantes. De ella, más de 5 millones y medio viven en la Sierra. En la Costa del Pacífico la cifra se acerca a los 6 millones y medio. En la Amazonía hay más de 600.000 habitantes, y en Galápagos cerca de 17.000.⁸

En el Ecuador existe una agenda cultural difundida a los ciudadanos por diferentes medios, como son: el internet, las revistas, los periódicos, la televisión, la radio, entre otros, lo cual ha permitido causar interés y valor a nuestra cultura.

Los aspectos que más se destacan en el ámbito cultural son las diversas celebraciones, donde se da a conocer la historia, la vestimenta, la comida típica, los rituales, las edificaciones y las características particulares de cada rincón de Ecuador a turistas nacionales y extranjeros.

Existen diversas nacionalidades como: indígenas, mestizos y montubios donde prevalece la identidad cultural, especialmente en zonas alejadas, pero por otro lado conforme se desarrolla la tecnología y se intercambian las culturas se empieza a perder la identidad cultural y se aplican modismos en el estilo de vida de las personas en la actualidad.

⁷ <http://www.cultura.gob.ec/el-ministerio/valores-mision-vision>

⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador#Realidad_cultural_del_Ecuador

Los eventos culturales, no cuentan con suficiente espacio público específico para sus presentaciones, además las personas que tienen un conocimiento ancestral, personas de la tercera edad, no son tomadas en cuenta; de esta manera no se puede transmitir el conocimiento adquirido.

Ecuador hoy en día es considerado como un país pluricultural, donde el Ministerio de Cultura se encarga de garantizar la pluriculturalidad del país.

2.5 Ambiente Legal/ Político

El Ecuador actualmente está pasando por una serie de cambios, por el nuevo gobierno de Rafael Correa, donde se trata de aplicar una nueva convivencia para el buen vivir de todos los ciudadanos, tomando en cuenta nuestras raíces, la cultura, costumbres y tradiciones.

En los últimos años Ecuador ha tenido un mejor desarrollo, se puede notar en la tasa record del PIB de 7,8%, posicionando a Ecuador como el tercero en cuanto al desempeño económico en América Latina, lo que nos prepara para sobrellevar la crisis económica mundial de Europa.

Se puede notar un aumento en el financiamiento hacia los sectores de la agricultura, ganadería, pesca, construcción, manufactura, lo cual favorece a su crecimiento y mejor desarrollo. En el ámbito fiscal se aplicó una nueva política tributaria que ha permitido duplicar los ingresos del Estado, destinando dichos ingresos para obras del país.

Todos los proyectos que se realizan en el país van enfocados en el concepto del Buen Vivir, tomando en cuenta los términos fiscales, financieros y monetarios, donde la macroeconomía es un medio para lograr el Buen Vivir. Otro aspecto a tomar en cuenta es que los recursos están mejor redistribuidos, tratando de que haya igualdad para todos los sectores.

El sistema democrático del gobierno ha implantado nuevas leyes más rígidas, lo cual nos ha permitido reflexionar acerca de los cambios que se están dando, es el primer gobierno después de algunos años que ha cumplido su mandato, y se han realizado diversas obras en beneficio del turismo interno.

La construcción y el mejoramiento de carreteras es un gran proyecto que ha dado frutos, ya que el viajar hoy en día es más accesible y hay más seguridad en las vías por la nueva ley de velocidad, lo cual reduce los accidentes en la vía.

El gobierno ecuatoriano está representado por el presidente de la República el Economista Rafael Correa que ejerce la función ejecutiva, donde planifica, ejecuta y se evalúan las políticas públicas y planes a implementar. La función ejecutiva está conformada por 22 ministerios de coordinación dirigidos por los ministros(as) que se han creado a fin de dar un mejor servicio a la ciudadanía y para que se respeten las leyes impuestas; además también se han creado 12 secretarías de los diferentes ámbitos de nuestro país.

2.5.1. Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo es el Ente Rector en la actividad Turística del Ecuador, encargado de regular las políticas de turismo, planificar, controlar y difundir todo lo referente a Turismo en el país.

Entre los programas que ofrece tenemos: Programa nacional de capacitación turística, servicios del sector turístico, financiamiento de Proyectos Turísticos y servicios del sector turístico.

2.5.2. El Medio Ambiente

El Estado ecuatoriano protege el derecho de la población de vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Se declara de interés público, las leyes relacionadas con preservación del Medio Ambiente

El Estado es responsable de la protección del Medio Ambiente en el Ecuador; cualquier persona natural o jurídica puede aplicar las acciones establecidas en la ley para proteger al medio ambiente en el que vive.

2.5.3. Gobierno Municipal de Rumiñahui

Es una organización de gobierno y de servicio público que promueve el desarrollo integral de la comunidad. Está compuesto por: Alcalde, Dirección de talento humano, Dirección de educación y cultura, Dirección de salud e higiene, Dirección de planificación, Dirección de obras públicas, Dirección financiera y dirección de información turística.

2.6 Ambiente Natural

El Estado Ecuatoriano tiene el deber de proteger al medio ambiente, es fundamental la participación de los ciudadanos en la conservación y el uso sustentable de los recursos naturales, destinando estos recursos hacia la protección del medio ambiente para el bienestar de los ciudadanos y de las futuras generaciones.

La mayor parte de la contaminación se da debido a los desperdicios de los productos industriales u urbanos, que muchas veces son desechados al río o a terrenos baldíos.

Con el desarrollo del país se han dado cambios en el medio ambiente que han afectado notablemente en la vida de los ecuatorianos; uno de los principales problemas es la contaminación del agua, del aire y del suelo. Los recursos industriales son desechados en lugares inapropiados, como ríos, terrenos baldíos, sectores de escasos recursos; el aire se contamina por la combustión de los automotores. La contaminación tiene como consecuencia grandes efectos en la salud de las personas, produciendo graves enfermedades que pueden verse afectadas a largo plazo, que conlleva a la muerte.

2.6.1. Ministerio del Ambiente

Es el organismo del Estado ecuatoriano encargado de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con los que cuenta nuestro país⁹.

⁹ <http://www.ambiente.gob.ec/el-ministerio/valores-mision-vision-2>

El Ministerio del Ambiente se encarga de que exista un ambiente sano en el País, que se respeten los derechos de la naturaleza a través del desarrollo sustentable de los recursos, conservando la biodiversidad, y que a través de la conservación se puedan regenerar los ecosistemas del Ecuador.

El Ministerio del Ambiente se encarga de recopilar información relacionada con el medio ambiente para poder educar a la población acerca de la importancia de los recursos naturales del país y del buen uso que se debe aplicar para conservar y cuidar.

Uno de los objetivos principales es el de reducir el uso de los recursos que contaminan de forma progresiva, como es el uso de la luz eléctrica, el agua, el papel y los desechos. Ecuador está en proceso de cambios debido al nuevo gobierno, donde se trata de recuperar el rol del Estado a través de la planificación del buen vivir.

Plan Nacional para el Buen Vivir, fue creado por la SENPLADES (Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa) mediante el decreto ejecutivo 1577 en febrero de 2009. El plan del buen vivir es el instrumento del Gobierno Nacional para regular las políticas del país encaminadas a mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos. El Plan cuenta con 12 estrategias, 12 objetivos, para que se genere un cambio en los ciudadanos que permita el buen vivir.

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos

autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores¹⁰.

Objetivo 4 del Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013.- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

A través del Plan para el Buen Vivir el Estado asume sus responsabilidades para con la naturaleza y la población en general deben de proteger y cuidar la naturaleza.

Con este objetivo se trata de ver la perspectiva del patrimonio natural más allá de explotar los recursos, a través del uso sostenible de los recursos.

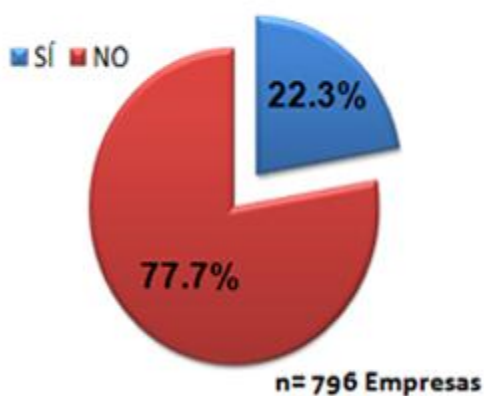
Los cambios que se están dando en la actualidad deben de tomar en cuenta los enfoques productivos y de consumo, para poder de esta manera controlar y disminuir la contaminación ambiental y poder enfrentar el calentamiento global.

Estadística de Gasto Empresarial en Protección Ambiental 2010

Ilustración 2. 4

Gasto Empresarial en Protección Ambiental 2013

Gasto e Inversión en Protección Ambiental



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

¹⁰ Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013

En esta encuesta se analizó la inversión de las empresas privadas en la protección ambiental, investigaciones de impacto ambiental y cuanto han invertido.

La investigación según los datos del INEC fue realizada a Empresas que tienen 10 o más personas ocupados, en varios sectores.

Muestra: 3572 empresas

El 77.7% de empresas no invierte en protección ambiental.

El 22,3% de las empresas han incluido sistemas de gestión ambiental.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1 Objetivos de la investigación

- Conocer el tipo de turismo preferido en el Ecuador.
- Analizar las estrategias de promoción aplicadas en el Refugio Ecológico Molinuco.
- Conocer la reacción del mercado ante de las estrategias de marketing del Refugio Ecológico Molinuco.
- Analizar las estrategias de marketing de la competencia.

3.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación a aplicar en este plan es el diseño no experimental, ya que no se manipula las variables de estudio, solo se observa los fenómenos en su estado actual y de acuerdo a eso se realizan cambios o mejoras en el ámbito turístico.

3.3 Tipo de investigación

3.3.1 Investigación descriptiva

“Una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto”. (Bernal, 2006, pág. 112)

Se ha considerado tomar en cuenta la investigación descriptiva para poder describir las características fundamentales del objeto de estudio, como también identificar los hechos actuales, situaciones y descripción general del sitio para de ahí poder tomar las conclusiones y mejoras del lugar.

3.4 Población a investigar

A continuación se define la población a investigar:

TABLA 3. 1 Tamaño del segmento a investigar

3.4.1. Perfil del turista nacional			Tamaño del segmento
<i>CIUDAD:</i>	QUITO		1,619,146,00
<i>GENERO:</i>	HOMBRE MUJERES	100,00%	1,619,146,00
<i>EDAD:</i>	25-54 AÑOS	93,11%	1,507,616,81
<i>SECTOR:</i>	TODA LA CIUDAD	100,00%	1,507,616,81
<i>N.S.E.:</i>	MEDIO	22,80%	343,736,63

Fuente: INEC

Elaborado por: Autora

3.5 Tamaño de la muestra

Nivel de Confianza	Z
95%	1,96

Nomenclatura:

n = Tamaño de la Muestra

Z = Nivel de Confianza

q = Variabilidad negativa (No Probabilidad)

p = Variabilidad positiva (Probabilidad)

e = error permitido

Ciudad de Quito			
Nivel económico medio, turistas nacionales			
UNIVERSO	=	343,736,63	
Error permitido	=	5%	
Nivel de confianza	=	95,00%	1,96
Probabilidad	=	50,00%	
No Probabilidad	=	50,00%	

Universo Finito

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

$$n = \frac{3,84 \quad 50\% \quad 50\% \quad 343736,63}{343735,63 \quad 0,0025 \quad + \quad 3,84 \quad 50\% \quad 50\%}$$

$$n = \frac{330124,66}{859,34 \quad + \quad 0,9604}$$

$$n = \frac{330124,66}{860,30}$$

$$n = \boxed{384}$$

3.6 Tipo de muestreo

Método probabilístico:

Dentro del método probabilístico se va a realizar un muestreo estratificado simple, realizando una división previa de la población de estudio en grupos o clases homogéneos con respecto a alguna característica de las que se van a estudiar tomando en cuenta en este caso a los turistas nacionales de la ciudad de Quito viajan a diversos lugares en Ecuador, formando grupos de acuerdo a su necesidad de viaje.

A continuación se detalla la selección realizada:

Estrato 1: Hombres 50% = 192 encuestas

Estrato 2. Mujeres 50% = 192 encuestas

3.7 Técnica para recopilar los datos

La técnica a utilizar es mediante la elaboración de encuestas, tomando en cuenta como instrumento de recolección de información el cuestionario, que se va a realizar a turistas nacionales que visitan el Refugio Ecológico Molinuco con más frecuencia.

3.8 Informe de resultados

PREGUNTA # 1

1. ¿Usted realiza turismo dentro del Ecuador?

TABLA 3. 2 ¿Usted realiza turismo dentro del Ecuador?

	1.- ¿Usted realiza turismo dentro del Ecuador?	
	SI	NO
	1	2
384	367	17
100%	96%	4%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

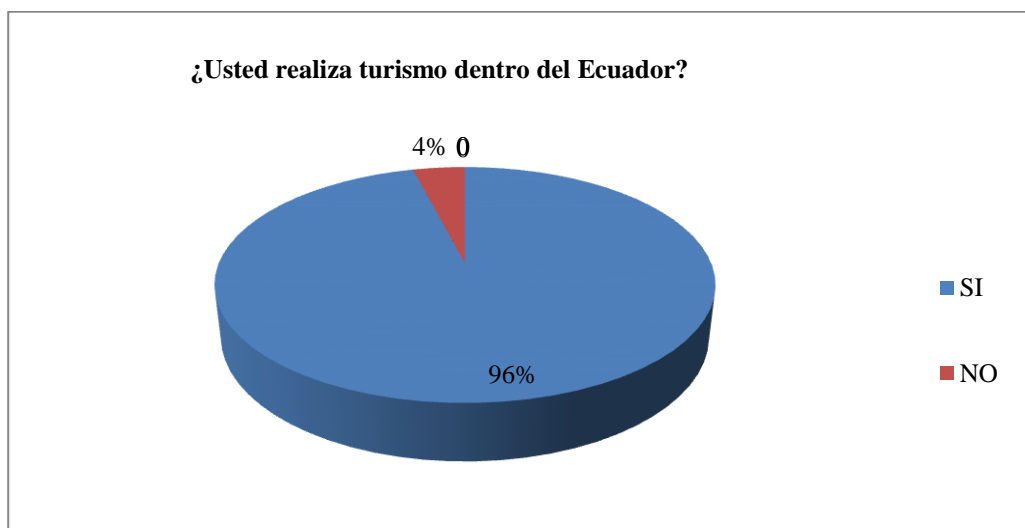


Grafico 3. 1 ¿Usted realiza turismo dentro del Ecuador?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 96% de los encuestados respondió que si realiza turismo dentro del Ecuador y el 4% respondió que no realiza turismo.

1.1 ¿Por qué?

TABLA # 3.1.1 ¿Por qué?

	DIVERSO	TIEMPO	VIAJA A OTROS PAISES	DINERO	ENFERMEDAD	FAMILIARES CON DISCAPACIDAD	NO LE GUSTA	TRABAJO
	1	2	3	4	5	6	7	8
19	1	1	4	5	1	1	5	1
100 %	5%	5%	21%	26%	5%	5%	26%	5%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

PREGUNTA # 2

2. ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en Ecuador?

TABLA 3. 3 ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en Ecuador?

	2.- ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en el Ecuador?					
	TRADICIONAL	ECOTURISMO	CULTURAL	DE AVENTURA	RELIGIOSO	OTROS ESPECIFICOS
	1	2	3	4	5	6
611	115	198	138	148	11	1
100 %	19%	32%	23%	24%	2%	0%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

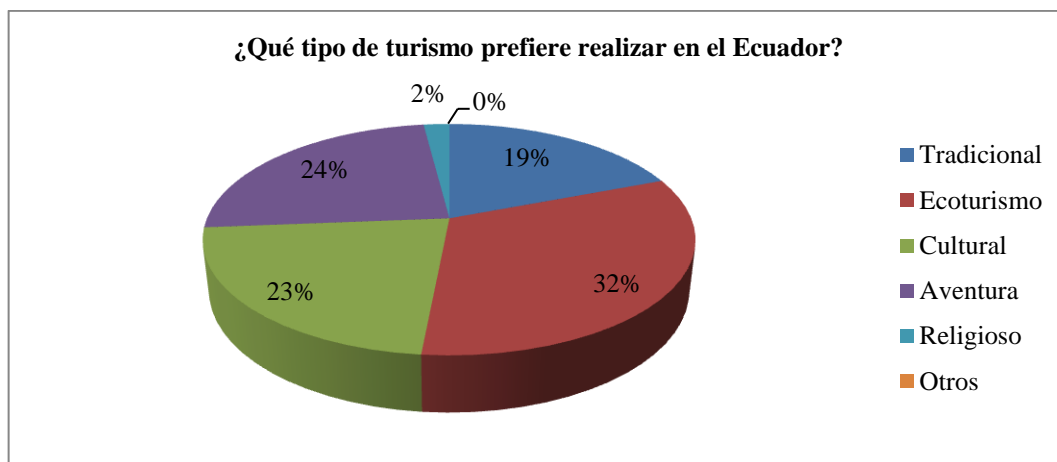


Grafico 3. 2 ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar en Ecuador?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

➤ Se prefiere realizar varios tipos de turismo en diversas ocasiones, el que mayor puntaje obtuvo es el Ecoturismo con un 32%, seguido de turismo de aventura con un 24%, turismo cultural con un 22%, turismo tradicional con un 19% y por último está el turismo religioso con un 2%.

PREGUNTA # 3

3. ¿Con quién generalmente viaja por motivo de turismo en el Ecuador?

TABLA 3. 4 ¿Con quién generalmente viaja por motivo de turismo en el Ecuador?

3 ¿Con quién generalmente viaja por motivo de turismo en el Ecuador?					
	FAMILIA ADULTOS	FAMILIA CON NIÑOS	SOLO	AMIGOS	ESPECIFIQUE
	1	2	3	4	5
416	106	188	16	104	2
100%	26%	45%	4%	25%	0%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

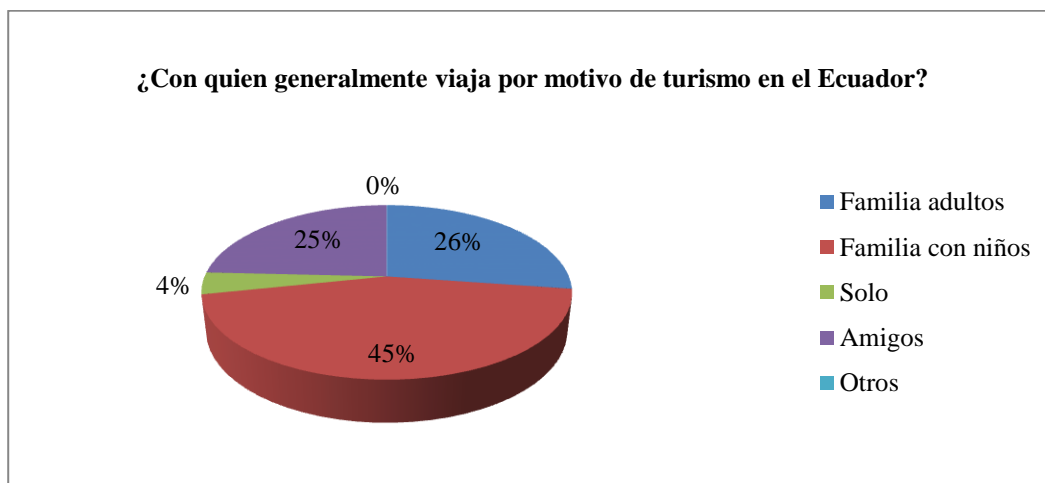


Gráfico 3. 3 ¿Con quién generalmente viaja por motivo de turismo en el Ecuador?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Las personas que fueron encuestadas escogieron varias opciones a la vez, la mayoría optó por el viaje en familia con niños con un 45%, en segundo lugar está el viaje con familia adultos con un 26% y en tercer lugar la gente viaja con amigos con un porcentaje del 25%.

PREGUNTA # 4

4. ¿Cuántas veces al año realiza paseos o viajes de turismo en el Ecuador?

TABLA 3. 5 ¿Cuántas veces al año realiza paseos o viajes de turismo en el Ecuador?

	4 ¿Cuántas veces al año realiza paseos o viajes de turismo en el Ecuador?					
	MENOS DE 1 VEZ	DE 1-3	DE 4-6	DE 7-9	DE 10-12	MÁS DE 12 VECES
	1	2	3	4	5	6
367	16	253	91	6	1	0
100%	4%	69%	25%	2%	0%	0%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

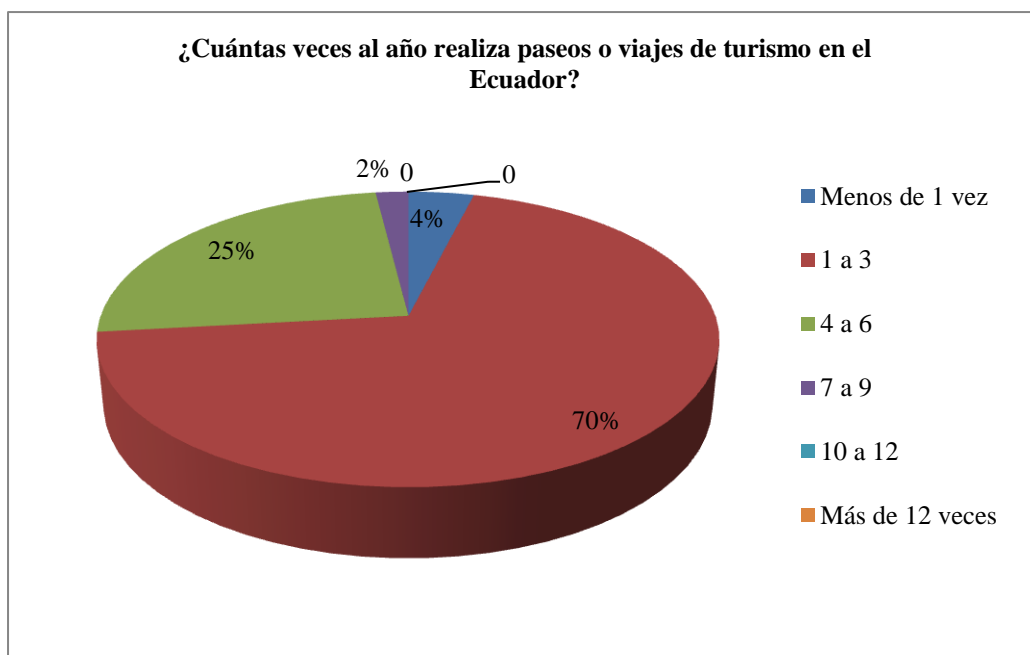


Grafico 3. 4 ¿Cuántas veces al año realiza paseos o viajes de turismo en el Ecuador?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Las personas realizan paseos o viajes de Turismo en el Ecuador en su mayoría de 1-3 veces al año con un porcentaje del 70%, también es su preferencia viajar de 4-6 veces al año con un 25%, que son los valores más altos.

PREGUNTA # 5

5. Cuando realiza turismo dentro del Ecuador ¿Cuál es el monto aproximado que suele utilizar diariamente por persona?

TABLA 3. 6 Cuando realiza turismo dentro del Ecuador ¿Cuál es el monto aproximado que suele utilizar diariamente por persona?

5.- ¿Cuándo realiza turismo dentro del Ecuador, cual es el monto aproximado que suele utilizar diariamente por persona?										
	0 - 10 DOLA RES	DE 11 - 15 DOLA RES	DE 16 - 20 DOLA RES	21 - 25 DOLA RES	26 - 30 DOLA RES	31 - 35 DOLA RES	36 - 40 DOLA RES	41 - 45 DOLA RES	46 - 50 DOLA RES	MAS DE 50 DOLA RES
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
367	0	7	7	14	67	69	92	61	32	17
100 %	0%	2%	2%	4%	18%	19%	25%	17%	9%	5%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

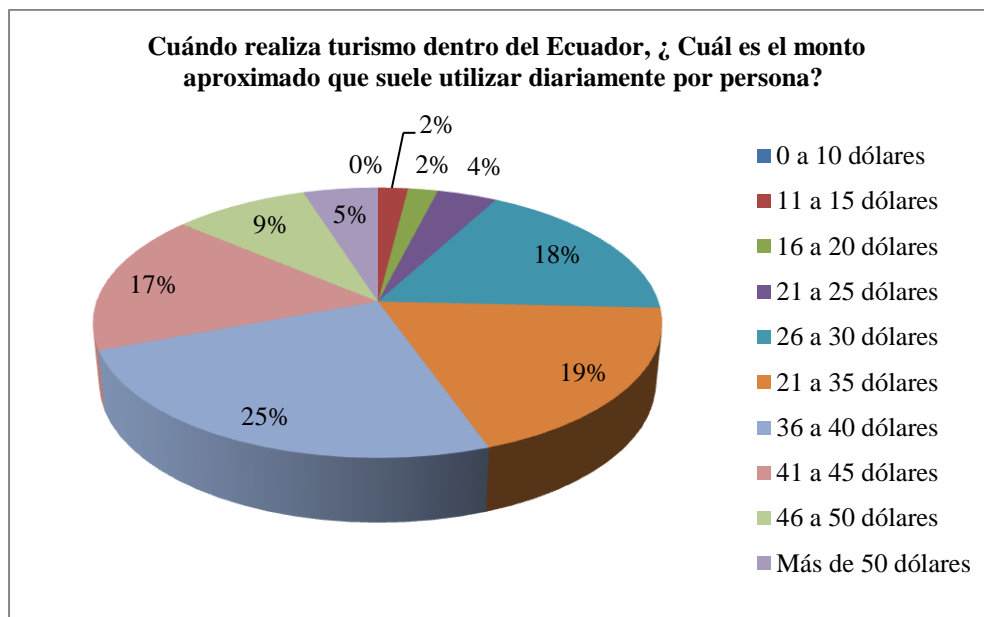


Grafico 3. 5 Cuando realiza turismo dentro del Ecuador ¿Cuál es el monto aproximado que suele utilizar diariamente por persona?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El monto aproximado que se suele utilizar por persona en un viaje es de 36-40 dólares alcanzando un porcentaje del 25% y de 21-35 dólares con un porcentaje del 19%.

PREGUNTA # 6

6. ¿En qué meses son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?

TABLA 3. 7 ¿En qué meses son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?

6.- ¿En qué meses son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?												
	ENE RO	FEBR ERO	MA RZO	AB RIL	MA YO	JU NIO	JU LIO	AGO STO	SEPTIE MBRE	OCTU BRE	NOVIE MBRE	DICIE MBRE
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
121 6	40	112	36	144	37	84	129	292	55	32	45	210
100 %	3%	9%	3%	12%	3%	7%	11%	24%	5%	3%	4%	17%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

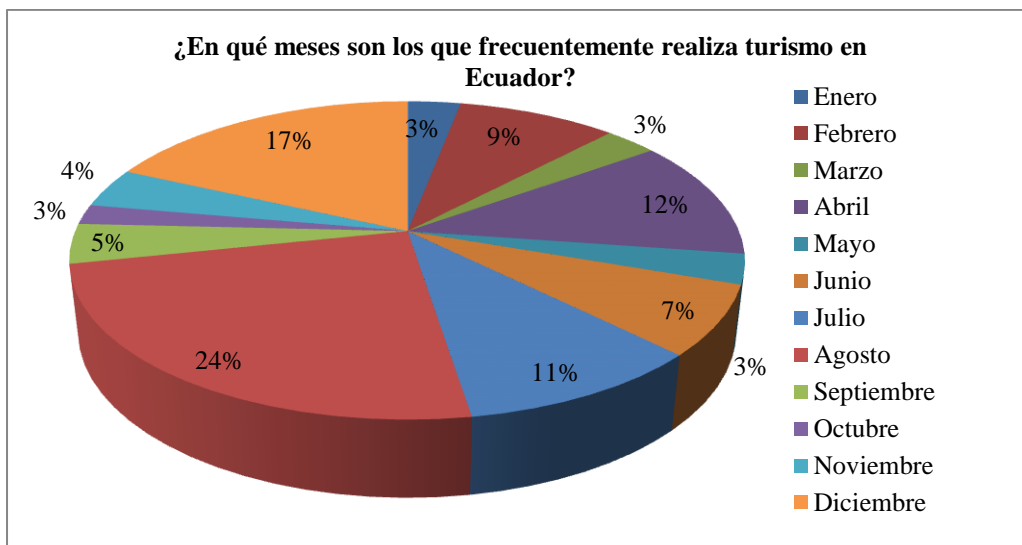


Grafico 3. 6 ¿En qué meses son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Los meses que con mayor frecuencia se realiza turismo en Ecuador son el mes de agosto con un porcentaje del 24%, seguido por diciembre con el 17%, que son época de vacaciones.

PREGUNTA # 7

7. ¿En qué días son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?

TABLA 3. 8 ¿En qué días son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?

7.- ¿En qué días son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?								
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	FERIADOS
	1	2	3	4	5	6	7	8
1528	43	45	53	234	280	286	282	305
100%	3%	3%	3%	15%	18%	19%	18%	20%

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

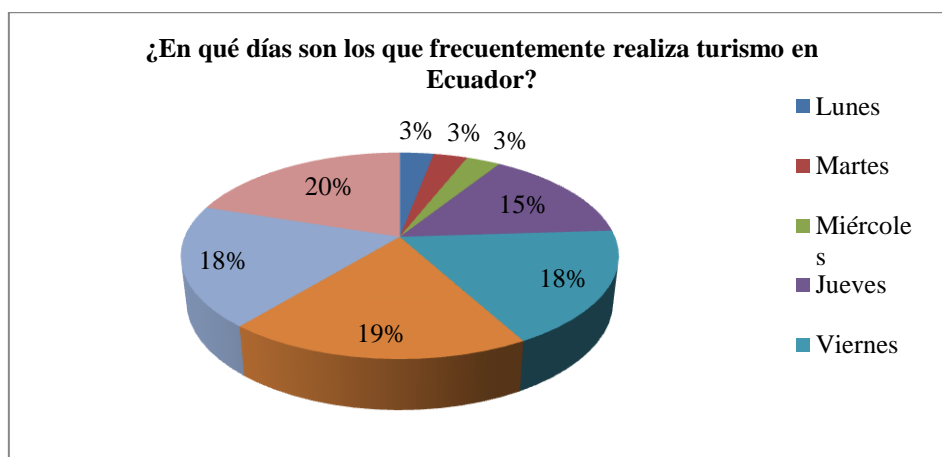


Gráfico 3. 7 ¿En qué días son los que frecuentemente realiza turismo en Ecuador?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Los feriados son los días que frecuentemente se realiza turismo en Ecuador, obtuvieron el mayor puntaje con el 20%, seguido del fin de semana Sábado con el 19%, Domingo con un porcentaje del 18% y el día Viernes con el 18%.

PREGUNTA # 8

8. ¿Cuándo realiza paseos viajes cuya duración es de máximo dos días, que lugares prefiere visitar?

TABLA 3. 9 ¿Cuándo realiza paseos viajes cuya duración es de máximo dos días, que lugares prefiere visitar?

8.- ¿Cuándo realiza paseos o viajes cuya duración es de máximo de dos días, qué lugares prefiere visitar?										
	MOLINUCO	PASOC HOA	SANGOLQUI	PISCINAS	MINDO	NANEGALITO	OTAVALO	IBARRA	CAYAMBE	OTROS ESPECÍFICOS
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
871	14	29	16	66	200	10	154	150	193	39
100 %	2%	3%	2%	8%	23%	1%	18%	17%	22%	4%

Fuente: Tabulación de encuestas

Elaborado por: Autora

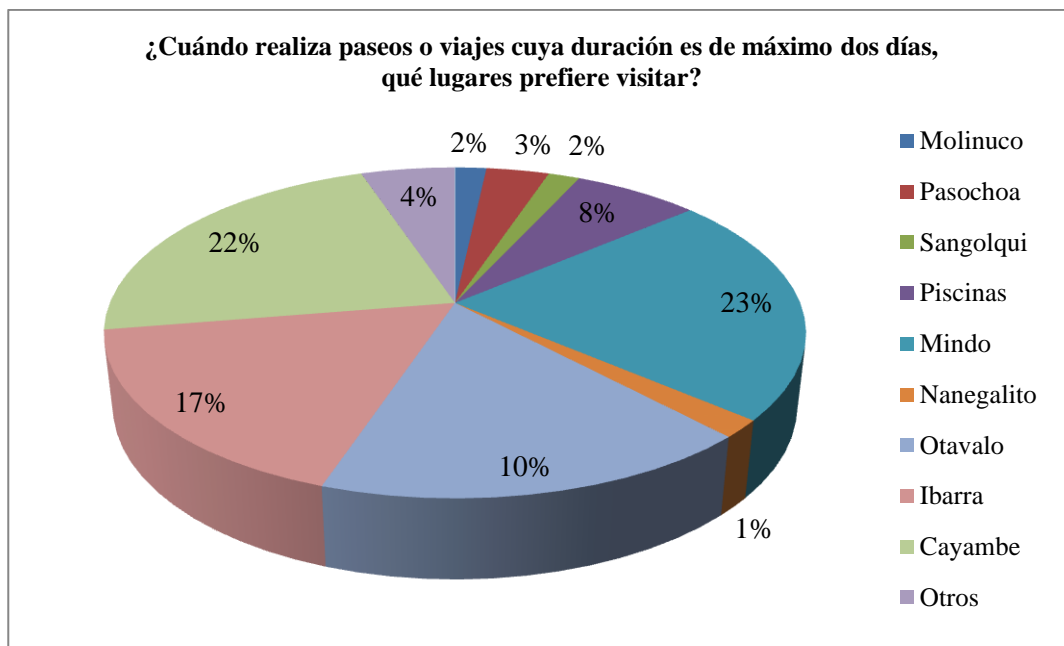


Grafico 3. 8 ¿Cuándo realiza paseos viajes cuya duración es de máximo dos días, que lugares prefiere visitar?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

Los lugares preferidos para visitar son Mindo y Cayambe con un 23% y 22%, en segundo lugar de preferencia está Ibarra con el 17%, Otavalo con el 10% y el Molinuco obtuvo el 2%.

Otros especifique

1	QUINCHE
2	PLAYA
3	AMAGUAÑA
4	CALACALI
5	AMBATO-BAÑOS
6	GUAYLLABAMBA
7	CLUBS DEPORTIVOS
8	PUERTO QUITO
9	LOS BANCOS
10	JERUSALEN
11	COTOPAXI
12	EL QUINCHE
13	PULULAHUA
14	VALLES

TABLA 3.9.1 Otros especificque

	QUIN CHE	PL AY A	AM AGU AÑA	CALA CALI	A M BA TO - BA ÑO S	GUAYLL ABAMBA	CLUB S DEPO RTIV OS	PU ER TO QU IT O	LO S BA NC OS	JERUS ALEN	COT OPA XI	EL QUI NCH E	PULU LAHU A	VAL LES
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
37	1	9	3	1	6	3	1	4	3	1	2	1	1	1
100%	3%	24%	8%	3%	16%	8%	3%	11%	8%	3%	5%	3%	3%	3%

Fuente: Tabulación de encuestas

Elaborado por: Autora

PREGUNTA # 9

¿Ha escuchado usted sobre el Refugio Ecológico Molinuco?

TABLA 3. 10 ¿Ha escuchado usted sobre el Refugio Ecológico Molinuco?

	9.- ¿Ha escuchado usted sobre el Refugio Ecológico Molinuco?	
	SI	NO
	1	2
367	102	265
100%	28%	72%

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

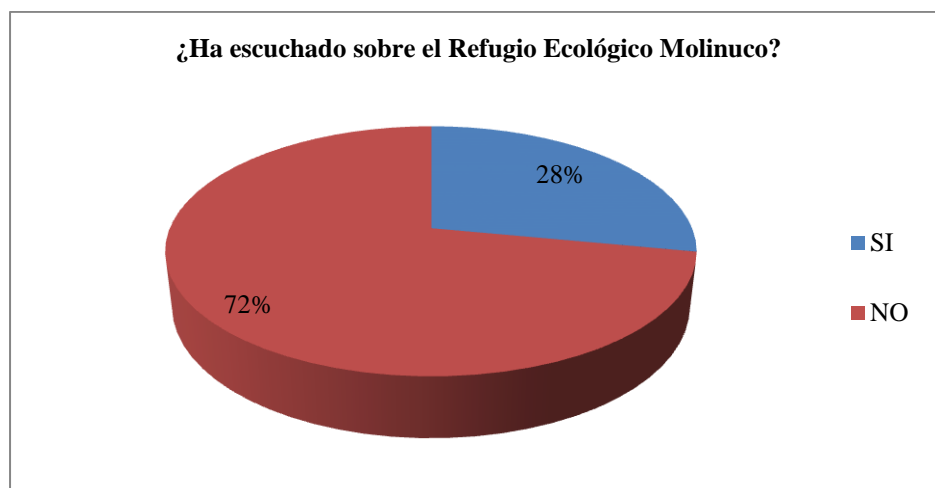


Grafico 3. 9 ¿Ha escuchado usted sobre el Refugio Ecológico Molinuco?

Fuente: Tabulación de encuesta

Elaborado por: Autora

- El 28% de los encuestados ha escuchado acerca del Refugio Ecológico Molinuco, mientras que el 72% no ha escuchado acerca del mismo.

¿Qué ha escuchado?

TABLA # 3.9.1

	DIVERTIDO	GRANDE	CASCADA	NS/NR	TURISTICO	FAMILIAR	BONITO	DEPORTES EXTREMOS	PASEAR	ANIMALES	RESERVA NATURAL	MONTAÑAS Y SENDE ROS	CAMPAMENTO	ACTIVIDADES	CICLISMO	CONOCER	CAMINAR	ECOLÓGICO
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
105	4	3	19	14	3	1	19	1	1	3	17	4	2	3	3	1	6	1
100 %	4%	3%	18%	13%	3%	1%	18%	1%	1%	3%	16%	4%	2%	3%	3%	1%	6%	1%

Fuente: Tabulación de encuestas

Elaborado por: Autora

PREGUNTA # 10

9. ¿Por qué medio se enteró acerca del Refugio Ecológico Molinuco?

TABLA 3. 11 ¿Por qué medio se enteró acerca del Refugio Ecológico Molinuco?

10.- ¿Por qué medio se enteró acerca del Refugio Ecológico Molinuco?								
	INTERNET	AGENCIA DE VIAJES	PÁGINAS AMARILLAS	REFERENCIAS DE AMIGOS O PARIENTES	POR LA PRENSA	MINISTERIO DE TURISMO	GUÍAS TURÍSTICAS	OTROS ESPECÍFICOS
140	27	6	0	91	9	3	3	1
100 %	19%	4%	0%	65%	6%	2%	2%	1%

Fuente: Tabulación de encuestas

Elaborado por: Autora

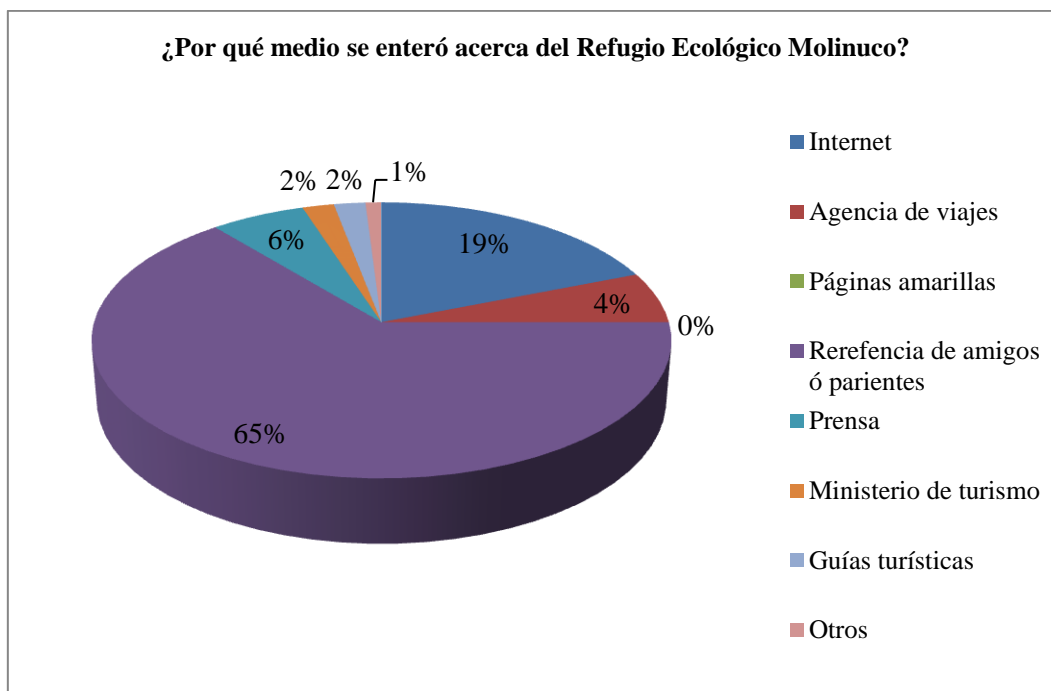


Gráfico 3. 10 ¿Por qué medio se enteró acerca del Refugio Ecológico Molinuco?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Los encuestados se enteraron acerca del Refugio Ecológico Molinuco por medio de referencias de amigos o parientes alcanzando el mayor porcentaje del 65%. Hay que tomar en cuenta que las personas escogieron algunas opciones a la vez.

PREGUNTA # 11

10. De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Flyers

TABLA 3. 12 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Flyers

11.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿ Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco Mediante <u>Flyers</u> ?						
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALO	NO CONOCE
	5	4	3	2	1	0
102	0	6	14	8	9	65
100%	0%	6%	14%	8%	9%	64%

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

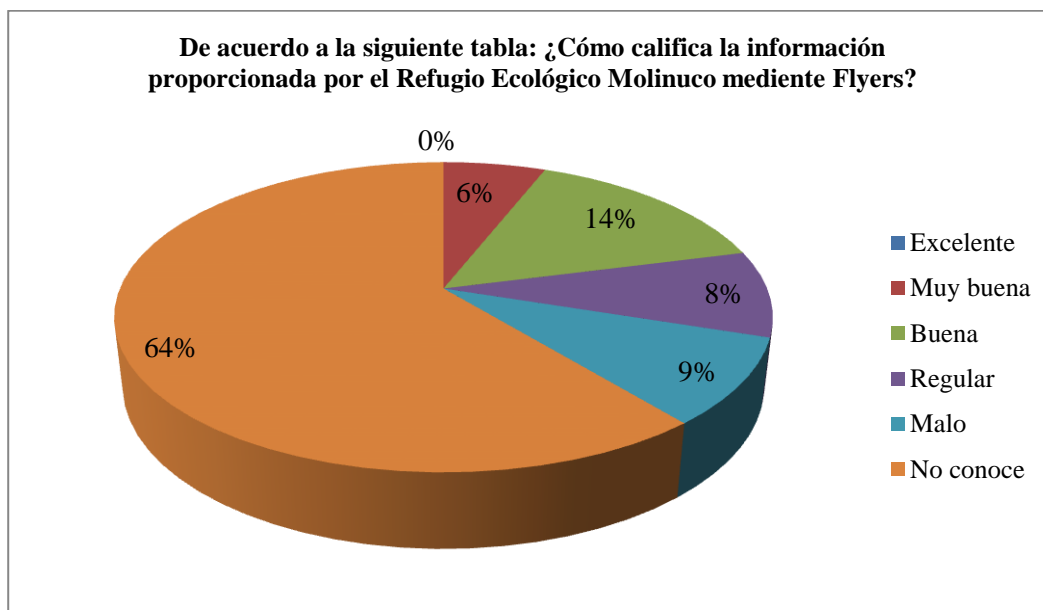


Grafico 3. 11 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Flyers

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

➤ La información a través de flyers el 64% no conoce y el 14% lo califica como buena.

PREGUNTA # 12

11. De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Página Web.

TABLA 3. 13 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Página Web.

	12.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco Mediante <u>Página Web</u> ?					
	EXCELENTE	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALO	NO CONOCE
	5	4	3	2	1	0
102	0	13	25	8	6	50
100%	0%	13%	25%	8%	6%	49%

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

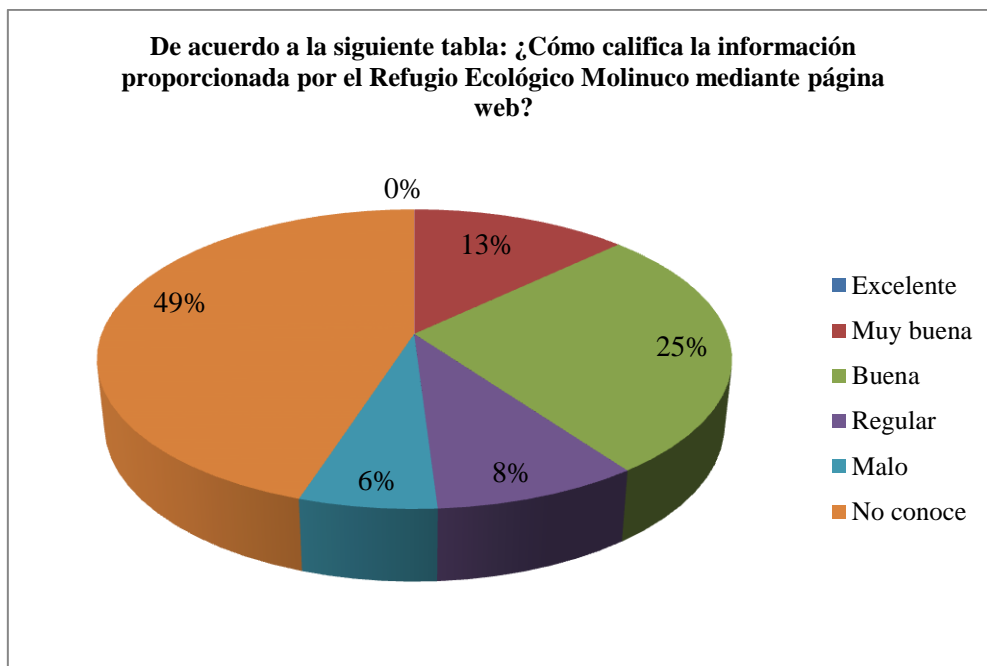


Grafico 3. 12 De acuerdo a la siguiente tabla: Cómo califica la información proporcionada por el Refugio Ecológico Molinuco mediante: Página Web.

Fuente: Investigación realizada
Elaborado por: Autora

- La información proporcionada por la página web el 49% no conoce y el 25% opina que es buena.

PREGUNTA # 13

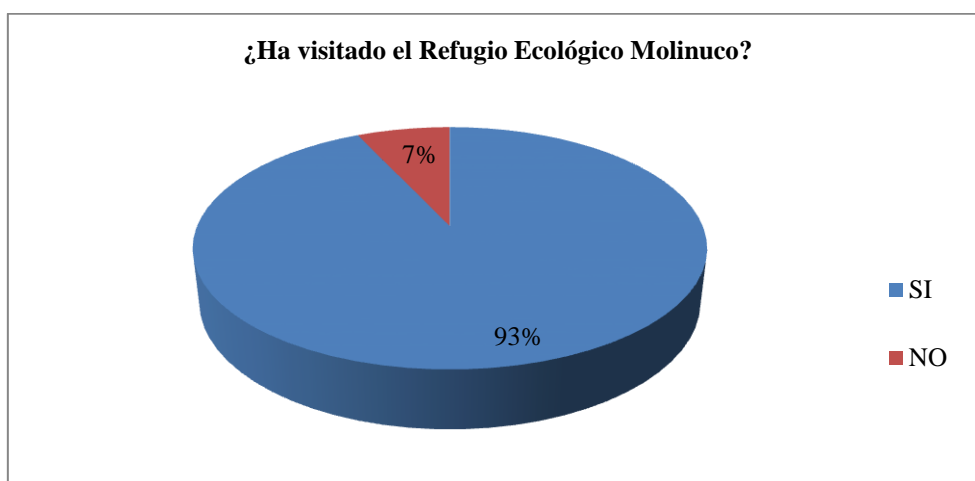
12. ¿Ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?

TABLA 3. 14 ¿Ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?

	13.- ¿Ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?	
	SI	NO
	1	2
102	95	7
100%	93%	7%

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Autora

**Grafico 3. 13 ¿Ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?**

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 93% de los encuestados ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco mientras que el 7% no lo ha visitado.

PREGUNTA # 14

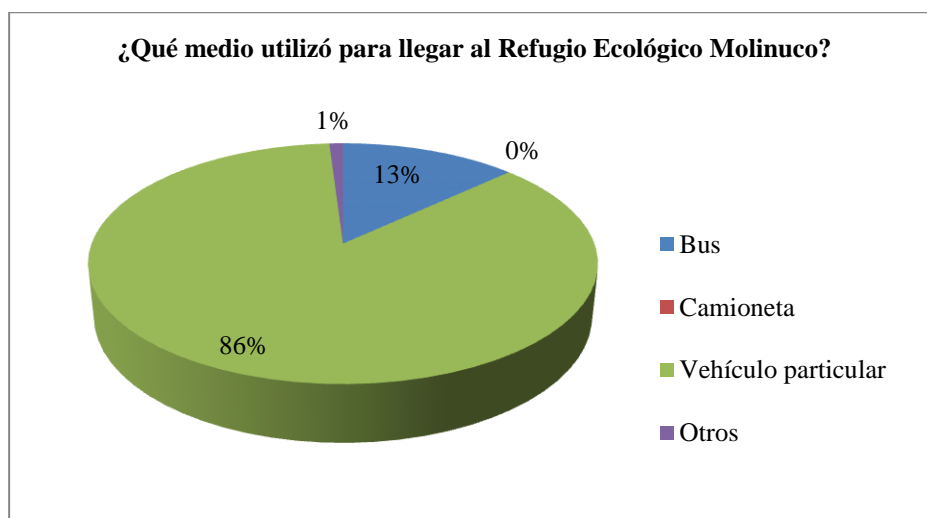
13. ¿Qué medio utilizó para llegar al Refugio Ecológico Molinuco?

TABLA 3. 15 ¿Qué medio utilizó para llegar al Refugio Ecológico Molinuco?

14.- ¿Qué medio utilizó para llegar al Refugio Ecológico Molinuco?				
	BUS	CAMIONETA	VEHÍCULO PARTICULAR	OTROS ESPECIFIQUE
	1	2	3	4
99	13	0	85	1
100%	13%	0%	86%	1%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

**Gráfico 3. 14 ¿Qué medio utilizó para llegar al Refugio Ecológico Molinuco?**

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El vehículo particular es el medio de transporte más utilizado para visitar el Refugio Ecológico Molinuco, obteniendo un 86% y el 13% utiliza el bus. Esto se debe a la corta distancia de Quito al refugio.

PREGUNTA # 15

14. ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar en el Refugio Molinuco?

TABLA 3. 16 ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar en el Refugio Molinuco?

15.- ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar en el Refugio Molinuco?										
	SENDE RISMO	PESCA DEPO RTIVA	CABAL GATAS	CAMI NATAS	CICLI SMO DE MON TAÑA	VISIT A A LAS CASC ADAS	OBSER VACIÓN DE ESPECI ES FLORA/ FAUNA	CAM PING	CANO PING	OTROS ESPECI FIQUE
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
380	60	16	27	85	27	88	63	3	7	4
100%	16%	4%	7%	22%	7%	23%	17%	1%	2%	1%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

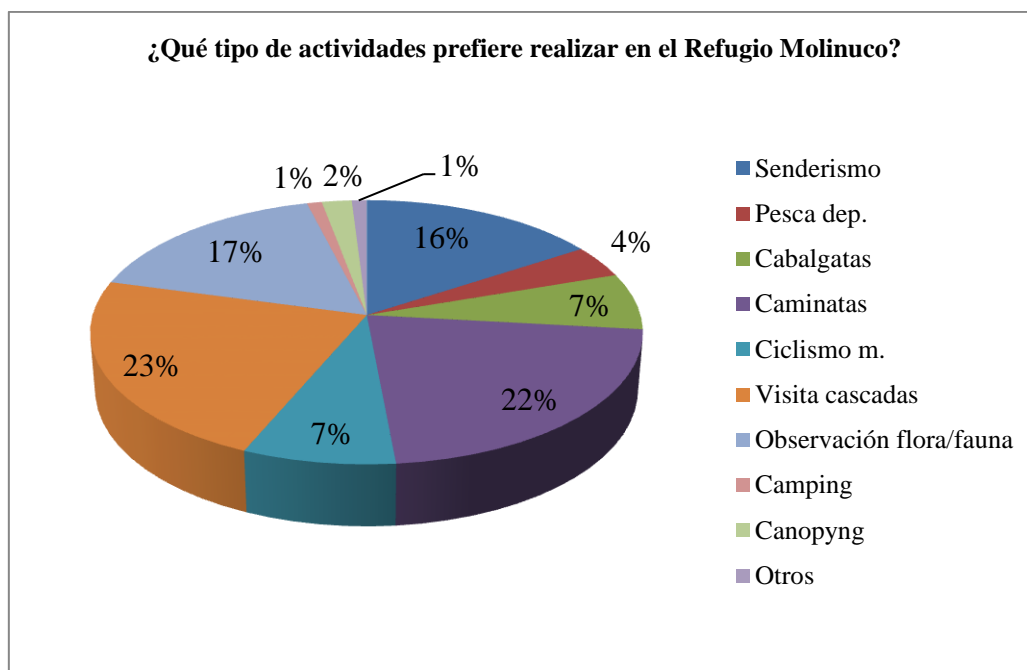


Gráfico 3.15 ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar en el Refugio Molinuco?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Las actividades que se prefiere realizar en el Refugio Molinuco es la visita a las cascadas con el 23% y caminatas con el 22%.

PREGUNTA # 16

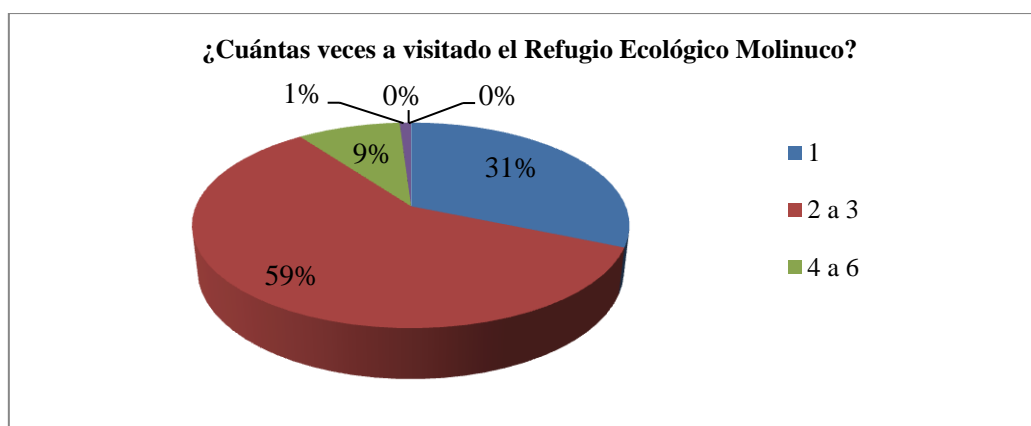
15. ¿Cuántas veces ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?

TABLA 3. 17 ¿Cuántas veces ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?

	16.- ¿Cuántas veces ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?					
	1	2 a 3	4 a 6	7 a 9	10 a 12	MÁS DE DOCE VECES
	1	2	3	4	5	6
95	29	56	9	1	0	0
100%	31%	59%	9%	1%	0%	0%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

**Gráfico 3. 16 ¿Cuántas veces ha visitado el Refugio Ecológico Molinuco?**

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- La mayor cantidad de veces que se ha visitado el Refugio es de 2 a 3, llegando a un porcentaje del 58%.

PREGUNTA # 17

16. De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Parqueadero

TABLA 3. 18 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Parqueadero

17.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con?: PARQUEADERO					
	SIN IMPORTANCIA	NO MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	EXTREMADAMENTE IMPORTANTE
	1	2	3	4	5
95	0	1	5	15	74
100 %	0%	1%	5%	16%	78%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

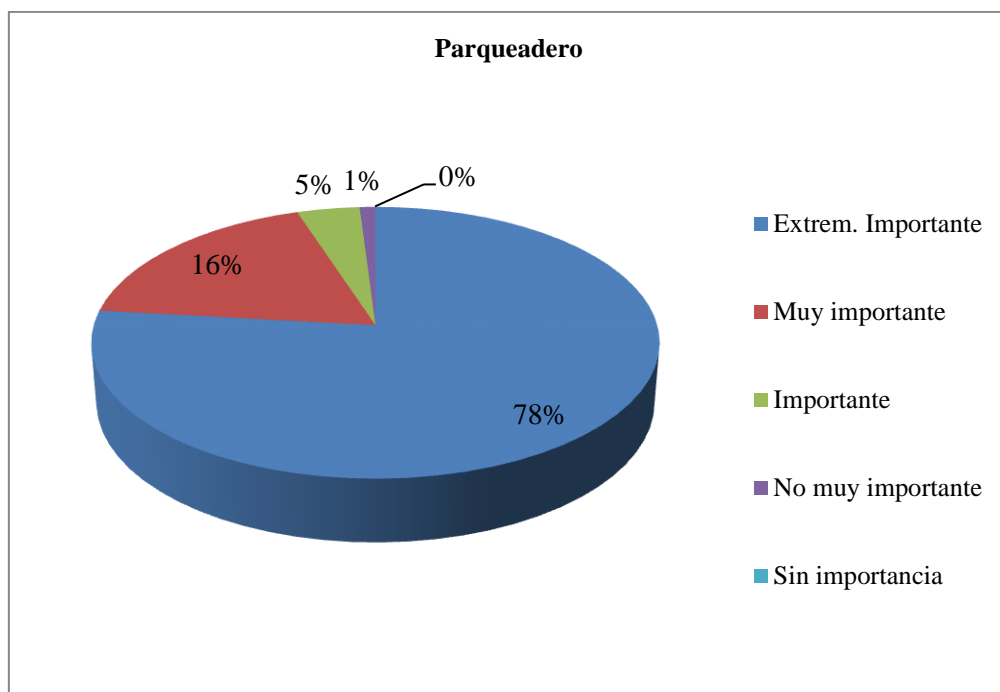


Grafico 3. 17 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Parqueadero

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 78% opina que es extremadamente importante que el Refugio cuente con parqueadero, por seguridad de los turistas y comodidad.

PREGUNTA # 18

17. De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Lugares para acampar

TABLA 3. 19 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Lugares para acampar

18.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con?: LUGARES PARA ACAMPAR					
	SIN IMPORTANCIA	NO MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	EXTREMADAMENTE IMPORTANTE
	1	2	3	4	5
95	12	24	24	24	11
100 %	13%	25%	25%	25%	12%

Fuente: Resultados de las encuesta

Elaborado por: Autora

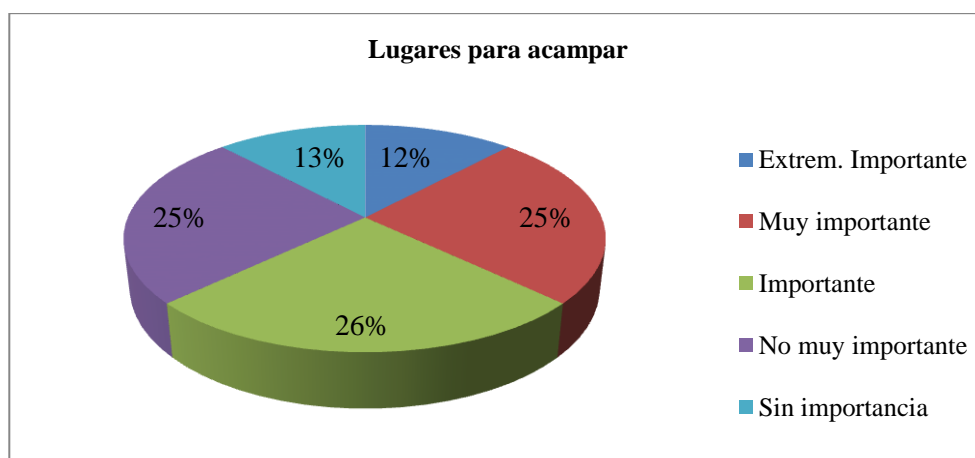


Gráfico 3. 18 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Lugares para acampar

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 25% de los encuestados opina que es importante el contar con lugares para acampar en el Refugio Molinuco.

PREGUNTA # 19

18. De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Restaurantes

TABLA 3. 20 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Restaurantes

19.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con?: RESTAURANTES					
	SIN IMPORTANCIA	NO MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	EXTREMADAMENTE IMPORTANTE
	1	2	3	4	5
95	1	1	11	17	65
100 %	1%	1%	12%	18%	68%

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Autora

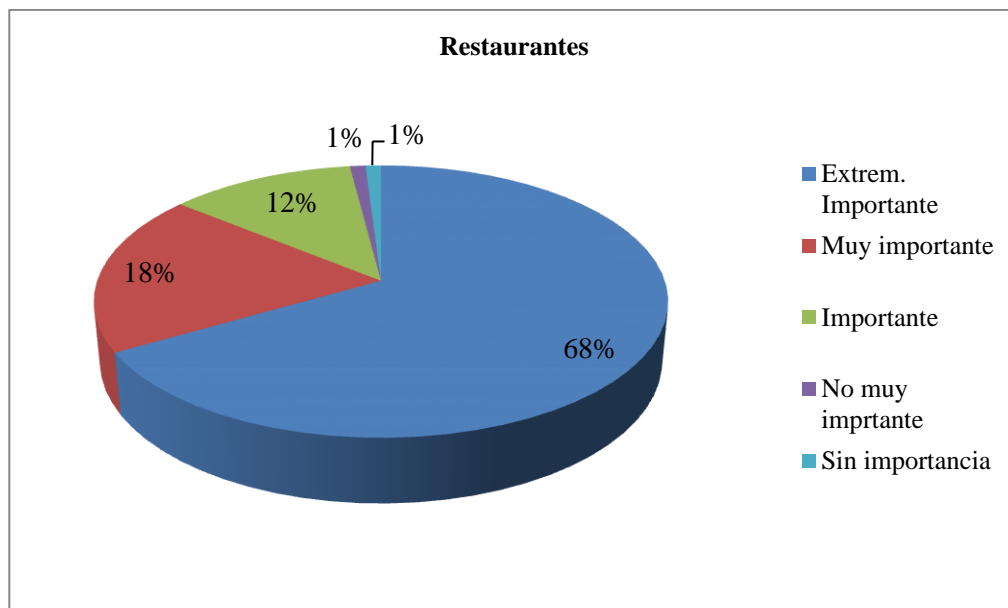


Grafico 3. 19 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Restaurantes

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 67% opina que es un servicio extremadamente importante el contar con Restaurante en el Refugio Molinuco.

PREGUNTA # 20

19. De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Alojamiento

TABLA 3. 21 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Alojamiento

20.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con?: ALOJAMIENTO					
	SIN IMPORTANCIA	NO MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	EXTREMADAMENTE IMPORTANTE
	1	2	3	4	5
95	3	15	14	18	45
100 %	3%	16%	15%	19%	47%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

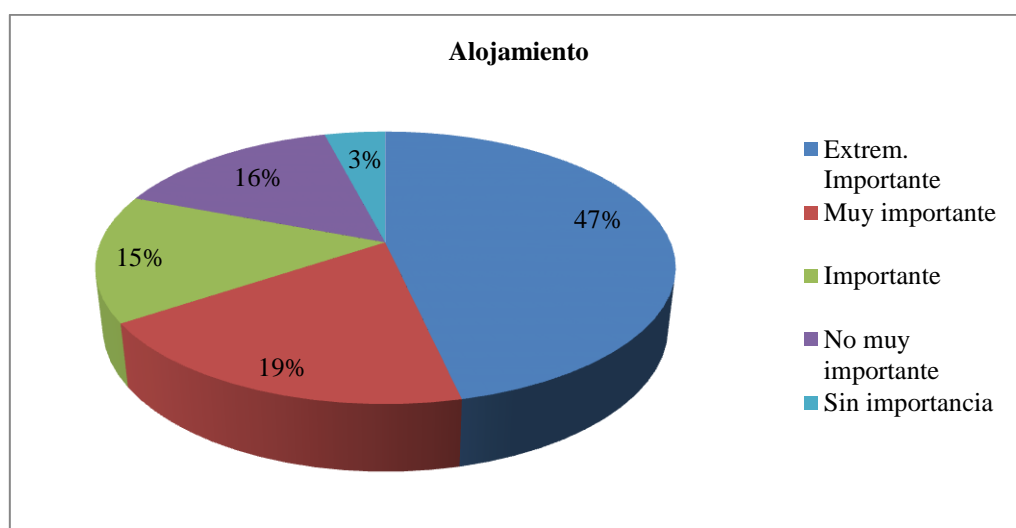


Gráfico 3. 20 De acuerdo a la siguiente tabla: Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con: Alojamiento

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El servicio de alojamiento es extremadamente importante para el 47% de los encuestados.

PREGUNTA # 21

20. De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicio de guías

TABLA 3. 22 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicio de guías

	21.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: SERVICIO DE GUÍAS				
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	17	17	29	12	20
100%	18%	18%	31%	13%	21%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autor

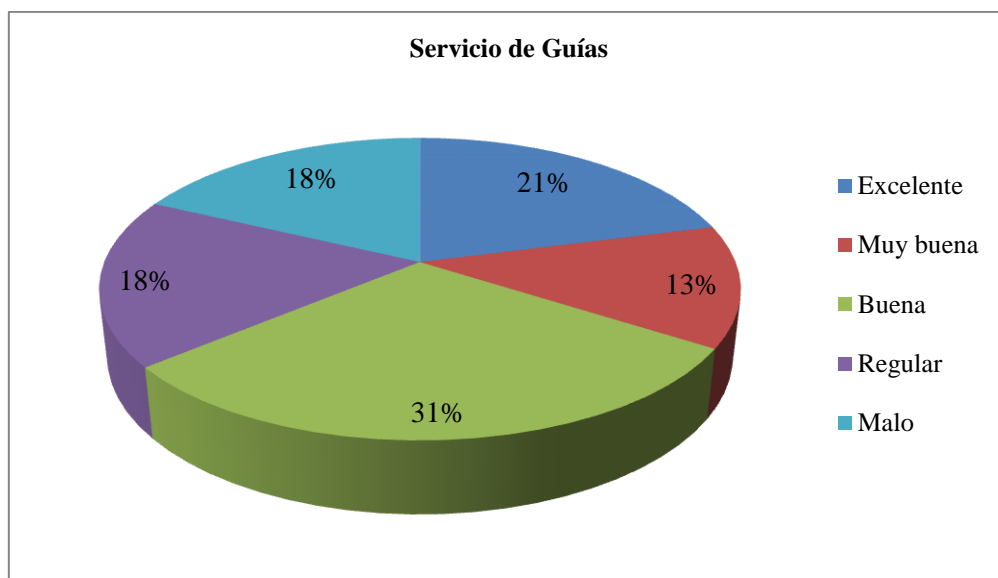


Grafico 3. 21 De acuerdo a la siguiente tabla: Califiquen los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicio de guías

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El servicio de guías fue calificado por la mayoría de encuestados como bueno, obteniendo el 31%, mientras que el 21% opina que es excelente.

PREGUNTA # 22

21. Califiquen los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Señalización para llegar al Refugio

TABLA 3. 23 Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Señalización para llegar al Refugio

22.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: SEÑALIZACIÓN PARA LLEGAR AL REFUGIO					
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	1	6	17	23	48
100%	1%	6%	18%	24%	51%

Fuente: Tabulación de las encuestas
 Elaborado por: Autora

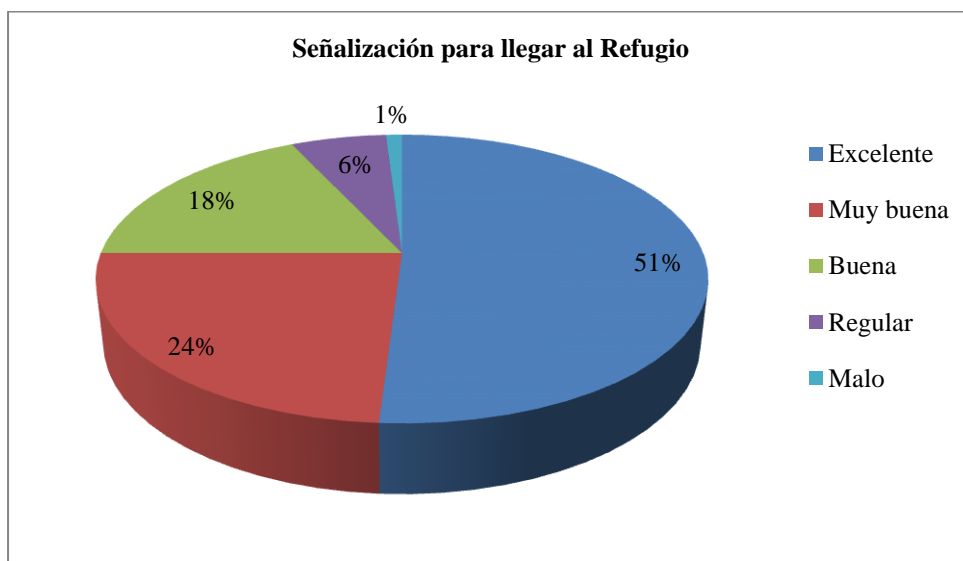


Grafico 3. 22 Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Señalización para llegar al Refugio

Fuente: Investigación realizada
 Elaborado por: Autora

➤ La Señalización para llegar al refugio se a califico con el mayor puntaje del 51% como excelente y el 24% como muy buena.

PREGUNTA # 23

22. De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Precios

TABLA 3. 24 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Precios

23.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: PRECIOS					
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	1	3	25	32	35
100%	1%	3%	26%	33%	37%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

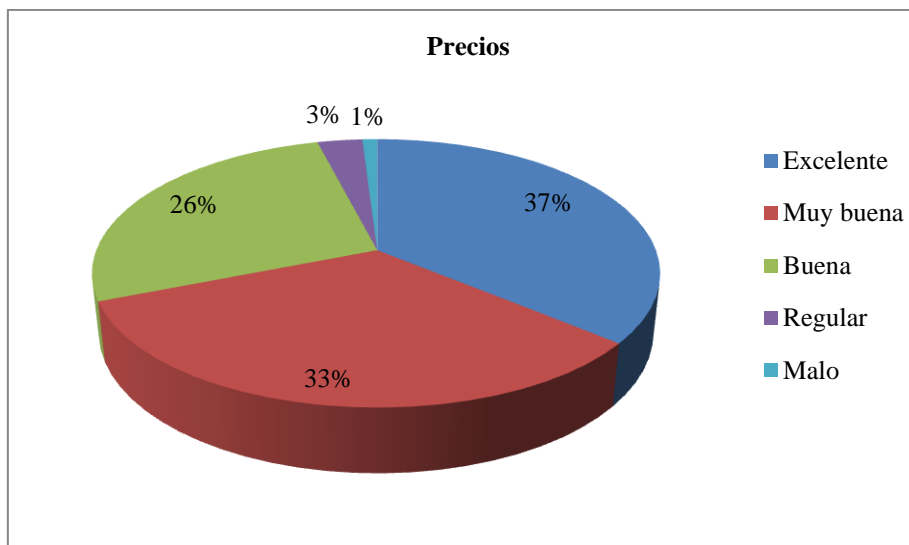


Gráfico 3. 23 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Precios

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Los precios se calificaron como excelente con el 37% y muy buena con el 33%, por lo que se encuentra en un muy buen rango de calificación.

PREGUNTA # 24

23. De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Atractivos naturales, cascadas

TABLA 3. 25 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Atractivos naturales, cascadas

24.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: ATRACTIVOS NATURALES CASCADAS					
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	1	0	7	12	75
100%	1%	0%	7%	13%	79%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

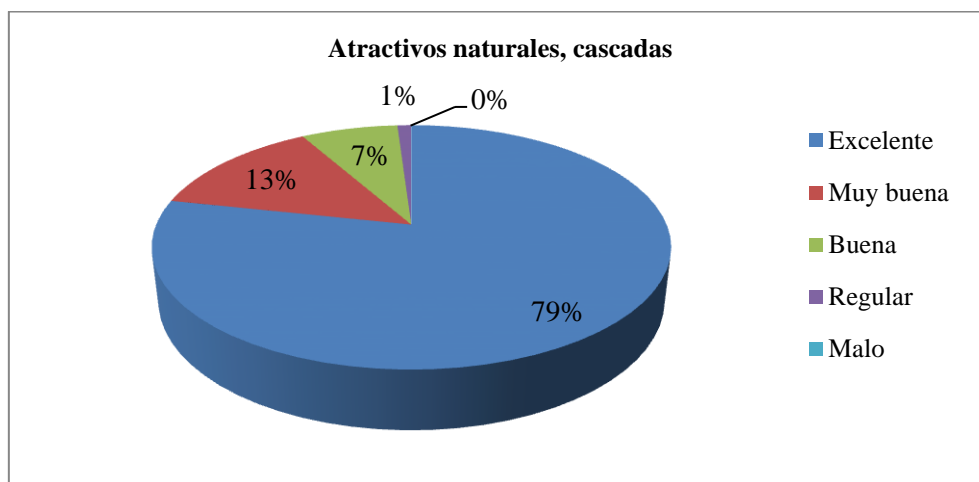


Gráfico 3. 24 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Atractivos naturales, cascadas

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Los atractivos naturales y cascadas con considerados por el 79% de los encuestados como excelente, sobrepasando a las demás opciones, ya que es el atractivo más visitado en el Refugio.

PREGUNTA # 25

24. De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Senderos

TABLA 3. 26 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Senderos

25.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: LOS SENDEROS					
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	1	3	7	24	60
100%	1%	3%	7%	25%	63%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

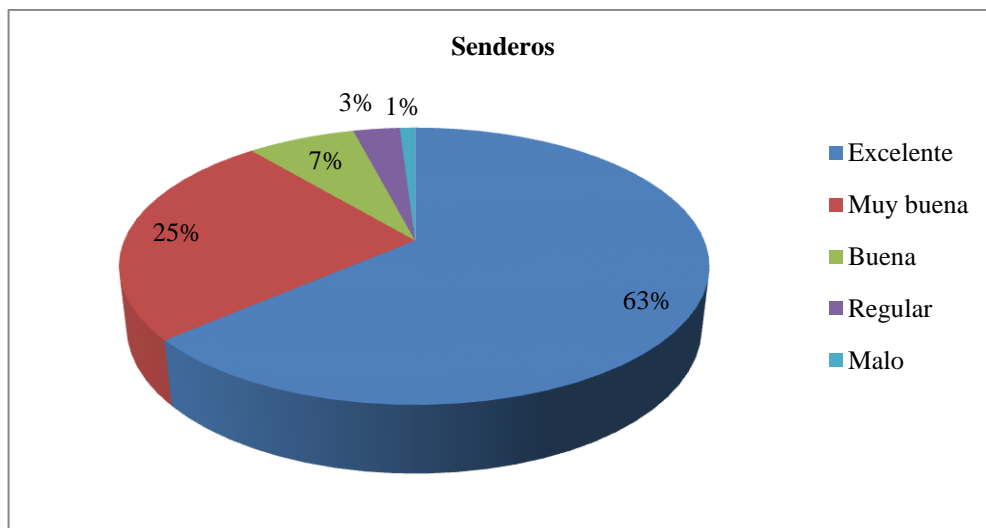


Grafico 3. 25 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Senderos

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 63% calificó de excelente a los senderos que hay en el Refugio Ecológico Molinuco, considerado como el puntaje más alto.

PREGUNTA # 26

25. De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicios de alimentación

TABLA 3. 27 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicios de alimentación

26.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN					
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	7	22	35	14	17
100%	7%	22%	37%	15%	18%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

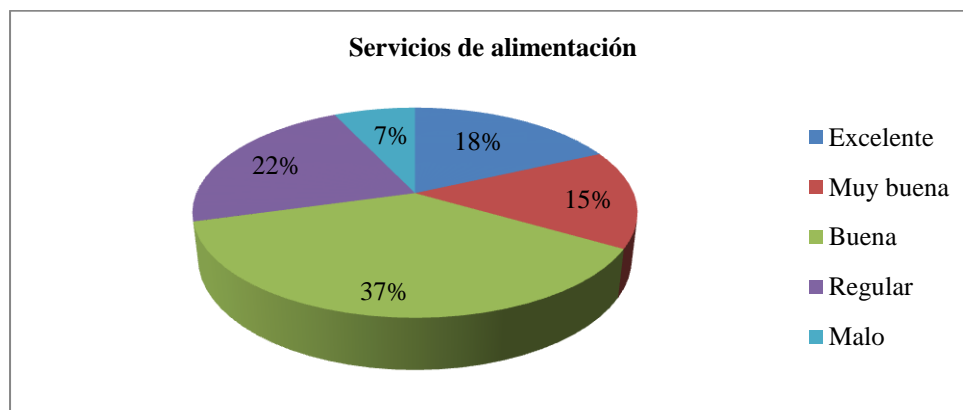


Gráfico 3. 26 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicios de alimentación

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Los servicios de alimentación obtuvieron el 37% Buena de calificación, por lo que hay que mejorar este servicio.

PREGUNTA # 27

26. De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicios higiénicos

TABLA 3. 28 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicios higiénicos

27.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: SERVICIOS HIGIÉNICOS					
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	17	44	26	1	7
100%	18%	46%	27%	1%	7%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

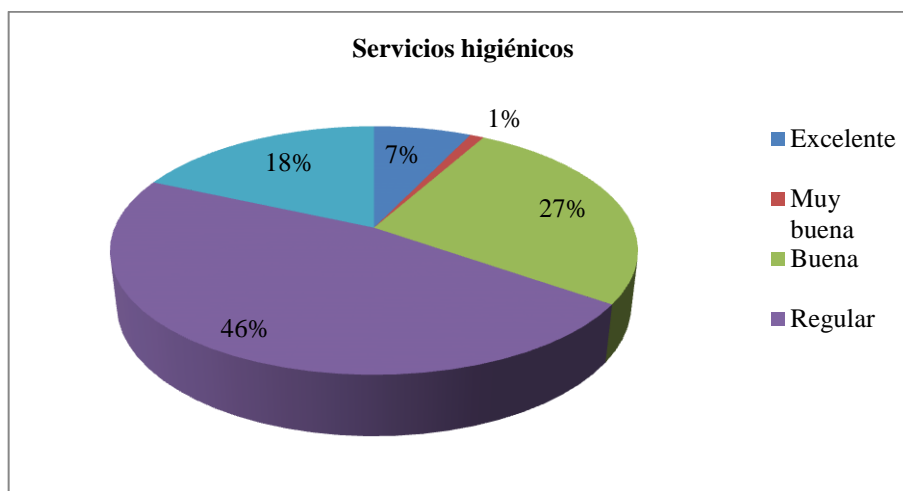


Gráfico 3. 27 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. Servicios higiénicos

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 46% opinó que los servicios higiénicos es un servicio regular en el Refugio, es un punto a tomar en cuenta para su mejoramiento.

PREGUNTA # 28

27. De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. En general todo el Refugio Ecológico Molinuco

TABLA 3. 29 De acuerdo a la siguiente tabla: Califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. En general todo el Refugio Ecológico Molinuco

28.- De acuerdo a la siguiente tabla califique los siguientes aspectos del Refugio Ecológico Molinuco: EN GENERAL TODO EL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO					
	MALO	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
	1	2	3	4	5
95	3	1	27	49	15
100%	3%	1%	28%	52%	16%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

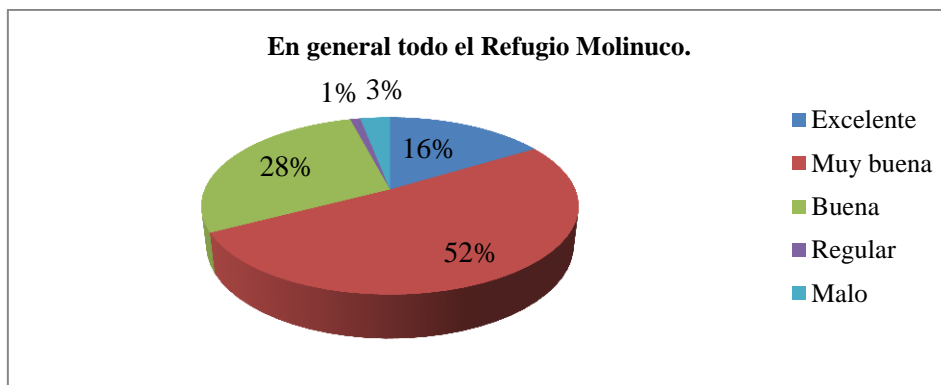


Grafico 3. 28 Aspectos del Refugio Ecológico Molinuco. En general todo el Refugio Ecológico Molinuco

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El Refugio Ecológico Molinuco en general fue calificado como muy bueno con una calificación del 52%, considerando el mayor puntaje.

PREGUNTA # 30

28. ¿Dónde le gustaría que exista información turística del Refugio Ecológico Molinuco?

TABLA 3. 30¿Dónde le gustaría que exista información turística del Refugio Ecológico Molinuco?

29.- ¿Dónde le gustaría que exista información turística del Refugio Ecológico Molinuco?								
	INTER NET	AGEN CIA DE VIAJE S	PÁGINA S AMARIL LAS	PERÍODI COS	TELEVIS IÓN	MINISTE RIO DE TURISM O	GUÍAS TURÍSTI CAS	OTROS ESPECIFI QUE
	1	2	3	4	5	6	7	8
228	42	19	4	56	73	17	14	3
100 %	18%	8%	2%	25%	32%	7%	6%	1%

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Autora

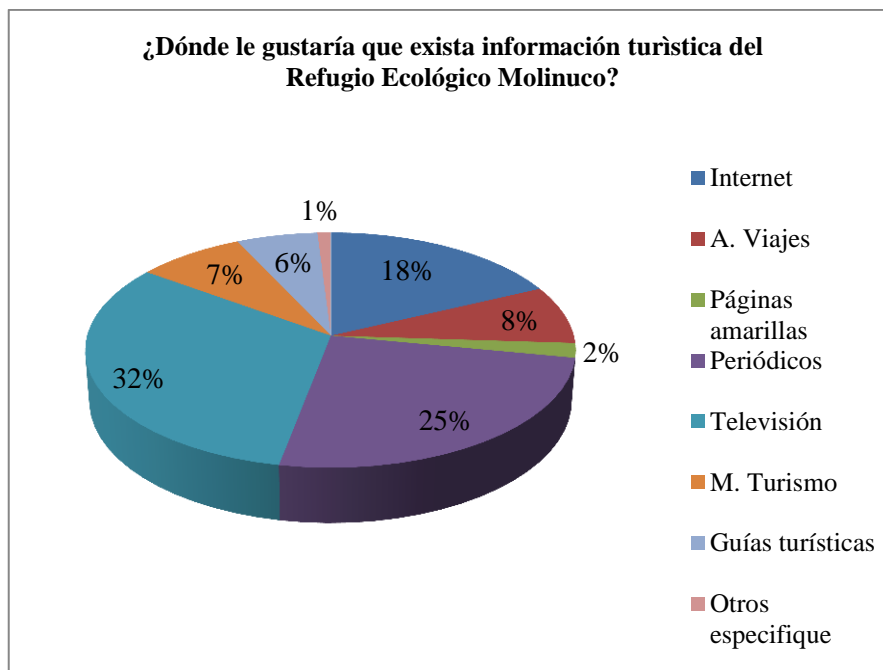


Gráfico 3. 29 ¿Dónde le gustaría que exista información turística del Refugio Ecológico Molinuco?

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- El 32% de los encuestados opina que le gustaría que exista información turística del Refugio en la televisión, en segundo lugar el 25% les gustaría encontrar información en el periódico y seguido se encuentra el internet con el 18%.

PREGUNTA # 30

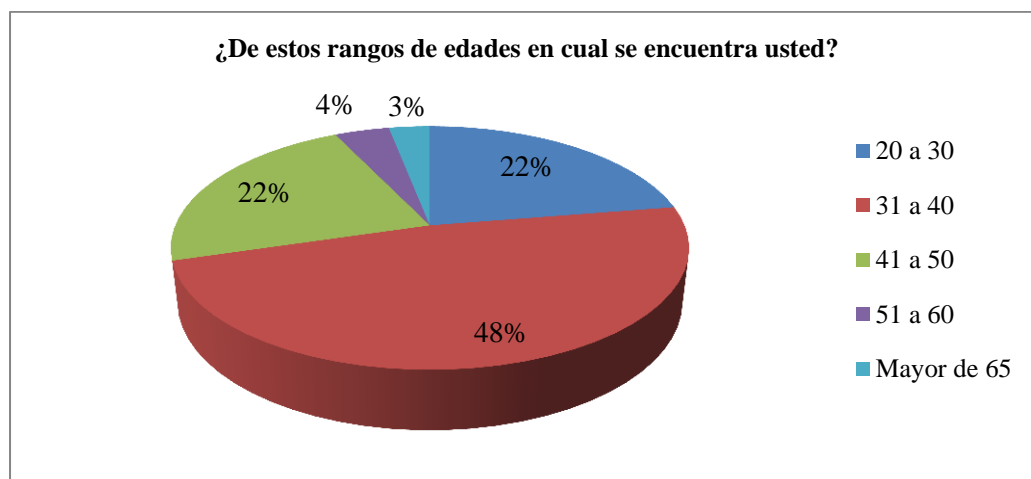
29. ¿De estos rangos de edades en cual está usted?

TABLA 3. 31 ¿De estos rangos de edades en cual está usted?

	30.- De estos rangos de edades en cuál se encuentra usted?				
	ENTRE 20 A 30	ENTRE 31 A 40	ENTRE 41 A 50	ENTRE 51 A 60	MAYOR DE 65
	1	2	3	4	5
95	21	46	21	4	3
100%	22%	48%	22%	4%	3%

Fuente: Tabulación de las encuestas

Elaborado por: Autora

**Gráfico 3. 30 ¿De estos rangos de edades en cual está usted?**

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- Los rangos de edades de los encuestados varía entre 31 a 40 años con un 48%, seguido de las opciones entre 30 a 20 años y entre 41 a 50 años con un 22%, en cuarto lugar se escogió el rango entre 51 a 60 con un 4% y por último la opción de mayor de 65 años con el 3%.

PREGUNTA # 31

30. Género

TABLA 3. 32 Género

	31.- Género	
	FEMENINO	MASCULINO
	1	2
95	37	58
100%	39%	61%

Fuente: Resultados de las encuestas

Elaborado por: Autora

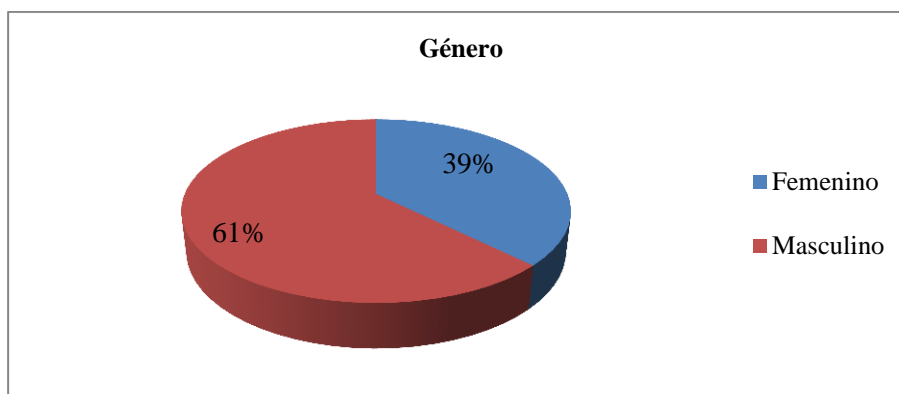


Gráfico 3.31 Género

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

- En cuanto al género de los encuestados se obtuvo que el 61% pertenecen al género masculino y el 39% pertenece al género femenino.

TABLA 3.33 Estado

	SOLTERO/A	CASADO/A	DIVORCIADO/A	VIUDO/A
	1	2	3	4
116	41	69	3	3
100%	35%	59%	3%	3%

- Las encuestas fueron realizadas en la ciudad de Quito en diversos barrios, entre los cuales tenemos:

1	CONDADO
2	CARCELEN
3	MONTESERRÍN
4	CENTRO HISTÓRICO
5	BOSMEDIANO
6	SAN CARLOS
7	OFELIA/ COTOCOLLAO
8	EL DORADO
9	MICHELENA
10	LA GRANJA
11	AEROPUERTO
12	TUMBACO
13	LA ROLDOS
14	AV. DEL MAESTRO
15	SAN GABRIEL/ MARIANA .J
16	EL BOSQUE
17	LA FLORIDA
18	QUITO TENNIS
19	LA LUZ
20	PONCIANO ALTO
21	REAL AUDIENCIA
22	PUSUQUI/ MITAD DEL MUNDO
23	COMITÉ DEL PUEBLO
24	LA CONDAMINE
25	LA MARISCAL
26	CUMBAYA
27	CALDERÓN
28	AMÉRICA
29	STA. PRISCA
30	ELOY ALFARO
31	LA FLORESTA/ VICENTINA
32	LA ECUATORIANA
33	VALLE DE LOS CHILLOS
34	LA CAROLINA
35	GRANDA CENTENO
36	LA PAMPA
37	DOS PUENTES
38	GONZALEZ SUAREZ
39	QUITO NORTE

CAPÍTULO IV

FORMULACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

4.1 Síntesis del análisis situacional del Refugio Ecológico Molinuco

Ubicación:

El Refugio Ecológico Molinuco se encuentra ubicado en el Cantón Rumiñahui, en la Parroquia de Pintag, a treinta minutos de la ciudad de Quito.

Extensión:

Este lugar está conformado por 80 hectáreas, pertenecientes a la Familia Herrera.

Clima:

Posee un clima templado de alto andino

Infraestructura:

La infraestructura del Refugio Ecológico Molinuco fue creada por su propietario el Señor Hugo Herrera en el año 2004, de acuerdo al modelo de la Hacienda Patichubamba:

Parqueadero

Este lugar cuenta con un espacio para parqueadero de vehículos dentro del Refugio Ecológico Molinuco, el parqueadero no tiene ningún costo para las personas que hayan adquirido la entrada. *Ver Anexo No. 2*

Alojamiento

El sitio dispone de dos habitaciones sencillas con acomodación simple, matrimonial y doble, dependiendo del requerimiento de los visitantes.

Restaurante

En el restaurante del refugio se pueden degustar de platos típicos de la zona, 100% natural, como son el famoso choclo con queso y habas, sanduche de queso, sopa de pollo, locro de papas, trucha, ¼ de pollo, lomo a la plancha, pollo al jugo, y bebidas refrescantes. *Ver Anexo 2*

Recursos Naturales

Flora

En la zona predominan el zuro, aliso, puma maqui, cedrillo, helechos entre otros; se puede observar además el bosque primario, bosque de eucalipto, alisos, ciprés, pinos, rodeado de cascadas, chorreras y vertientes del Río Pita.

Fauna

Se pueden observar jilgueros, mirlos, colibríes, conejos, zorros, chucuris, entre otros.

Lista de Atractivos turísticos:

- Vado del Descanso
- Vado el Pescador
- Cascada Molinuco
- El Manantial
- El Playón
- La Gran Cascada
- Mirador de los volcanes

Señalización

Hay un camino desde el monumento al Colibrí donde existe señalización para llegar al Refugio Molinuco, además hay guías turísticos en el camino que indican cómo llegar al lugar.

Promoción:

Existen trípticos del Refugio Molinuco y la página web, pero lamentablemente la información no ha sido actualizada y no se ha hecho promoción por otros medios, ni tampoco se han hecho alianzas estratégicas con Agencias de Viajes, según comenta el propietario del Refugio. *Ver capítulo I del documento.*

El análisis de la situación interna y externa del Refugio Ecológico Molinuco se describe en el capítulo II y capítulo III del presente documento.

4.2 Análisis FODA

Fortalezas

- ✓ Infraestructura turística, servicios básicos, precio y parqueadero en el Refugio Ecológico Molinuco.
- ✓ Ubicación geográfica estratégica.
- ✓ Diversidad de atractivos turísticos naturales y senderos que permiten realizar diversas actividades en la zona.
- ✓ Se encuentra atravesado por el canal del Río Pita.
- ✓ Aplica el uso de sus recursos naturales de manera sustentable.
- ✓ Infraestructura vial de fácil acceso.
- ✓ Se fomenta el uso de cosechas, cultivos, criadero de gallinas para la venta de platos típicos de la zona.

Oportunidades

- ✓ Incremento de turismo receptivo en lugares poco conocidos del Ecuador.
- ✓ Crecimiento en la tendencia de realizar ecoturismo y turismo de aventura.
- ✓ Incremento de la visita de turistas nacionales y extranjeros al Refugio.
- ✓ Destino para el Buen Vivir de los ecuatorianos ya que se encuentra rodeado de naturaleza.
- ✓ Campañas del Ministerio de turismo que fomentan el Turismo interno del Ecuador.

Debilidades

- ✓ No se promociona el Refugio en el sector turístico a través de agencias de viajes y medios de comunicación.
- ✓ No posee alianzas estratégicas con otras empresas turísticas.
- ✓ Falta de capacitación a los guías turísticos que trabajan en el Refugio Ecológico Molinuco.
- ✓ Infraestructura de servicios higiénicos en mal estado.
- ✓ No hay mantenimiento y actualización de información de la página web del sitio.

Amenazas

- ✓ Calentamiento global.
- ✓ Contaminación del medio ambiente.
- ✓ Crisis económica mundial.
- ✓ Incendios forestales.
- ✓ Crecimiento de la Competencia en los servicios y actividades que ofrecen.
- ✓ Promoción de destinos turísticos a nivel internacional.
- ✓ Deficiencia en el servicio de transporte.
- ✓ Agresividad promocional en el camino al Refugio Ecológico Molinuco por parte de la Competencia.

4.3 Análisis de la demanda

Para el presente proyecto el análisis de la demanda está orientado a determinar el número de visitantes, la demanda máxima diaria en las visitas, la demanda en las actividades a realizar en el Refugio, en los servicios de alimentación (restaurante), servicios higiénicos y alojamiento disponibles, basados en los resultados de las encuestas realizadas.

4.3.1 Demanda Histórica

Número de visitantes, máxima demanda diaria de visitas

De acuerdo a la información registrada en el cuadro siguiente se presenta la demanda histórica registrada para el Refugio Molinuco desde el año 2005 al año 2012.

TABLA 4. 1 Demanda Histórica

DEMANDA HISTÓRICA		
Año	Visitantes por Año	Tasas de crecimiento
2004	9100	
2005	9500	4%
2006	9940	5%
2007	10320	4%
2008	10750	4%
2009	11200	4%
2010	11600	4%
2011	12100	4%
2012	12600	4%

Fuente: Refugio Molinuco

Elaborado por: Autora

La tasa de crecimiento geométrica del número de visitantes desde el año 2004 al año 2012 es de 3.59 % al utilizar la siguiente fórmula:

$$P_{2012} = P_{2004} (1+i)^n$$

Donde: P_{2012} = Número de visitantes en el año 2012

P_{2004} = Número de visitantes en el año 2004

i = tasa de crecimiento

n = número de años entre el 2012 -2004 = 8 años

Como i es el valor desconocido se despeja de la formula anterior:

$$i = (P_{2012}/ P_{2004})^{1/n} - 1$$

Reemplazando valores:

$$i = (12600/ 9100)^{1/8} - 1$$

$$i = (1.3846)^{0.125} - 1$$

$$i = 1.0359 - 1$$

$$i = 0.0359 = 3.59\%$$

La demanda diaria de visitas para el año 2012 que es el punto de partida para el proyecto en el cuadro siguiente:

TABLA 4. 2 Demanda Diaria

DETALLE	VISITAS	CANTIDAD MENSUAL	OCASIONES AL AÑO	CANTIDAD ANUAL
Visita de turistas	Entre semana	100	12	1.200
	Fines de Semana	250	12	3.000
	Feriado	600	14	8.400
TOTAL DE VISITAS				12.600

Fuente: Análisis de ventas- visita turistas

Elaborado por: Autora

El Refugio Molinuco está ubicado en el Cantón Rumiñahui, en el que la demanda histórica del número de turistas que visitan ese cantón se presenta en el siguiente cuadro, se observa que la tasa de crecimiento promedio registrada entre los años 2002 al año 2009 es del 4%, valor cercano al obtenido en el Refugio Molinuco entre los años 2004 al 2012.

TABLA 4. 3 Demanda histórica de turistas al Cantón Rumiñahui

Año	Turistas Visitantes	Incremento de visitantes
2002	38614	4%
2003	40158	
2004	41764	
2005	43434	
2006	45171	
2007	46977	
2008	48856	
2009	50810	

Fuente: Dirección Nacional de Migración/ Encuestas Realizadas Tesis (Plan de Marketing Turístico para el Cantón Rumiñahui)

Elaborado por: Autora

4.3.2. Demanda Futura

Para el año 2013, los visitantes estimados son de 13 104, al considerar la misma tasa de crecimiento del 4%.

En el año 2014, en el cual se aplica el Plan de Marketing, se espera que los visitantes se incrementen en 5.000 adicionales a los estimados para el año 2013, por lo que en el 2014, el número de visitantes estimado será de 18.104. En la siguiente tabla se presenta un resumen de la demanda futura.

TABLA 4. 4 Demanda Futura

DEMANDA PROYECTADA	
Año	Visitantes por Año
2013	13104
2014	18104

Actividades a realizar en el Refugio

Las actividades que tienen mayor demanda según las encuestas realizadas son: caminatas, visita a las cascadas, senderismo y observación de especies de flora y fauna.

15.- ¿Qué tipo de actividades prefiere realizar en el Refugio Molinuco?										
	SENDE RISMO	PESCA DEPO RTIVA	CABAL GATAS	CAMI NATAS	CICLI SMO DE MON TAÑA	VISIT A A LAS CASC ADAS	OBSER VACIÓN DE ESPECI ES FLORA/ FAUNA	CAM PING	CANO PING	OTROS ESPECI FIQUE
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
380	60	16	27	85	27	88	63	3	7	4
100%	16%	4%	7%	22%	7%	23%	17%	1%	2%	1%

Restaurante

La demanda en el servicio de restaurante esta expresada en el siguiente cuadro, en el que el 86% de los entrevistados considera de importante a extremadamente importante el servicio de restaurante.

19.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con?: RESTAURANTES					
	SIN IMPORTANCIA	NO MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	EXTREMADAMENTE IMPORTANTE
	1	2	3	4	5
95	1	1	11	17	65
100 %	1%	1%	12%	18%	68%

Alojamiento

El 81% de los encuestados considera entre importante, muy importante y extremadamente importante el servicio de alojamiento.

20.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con?: ALOJAMIENTO					
	SIN IMPORTANCIA	NO MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	EXTREMADAMENTE IMPORTANTE
	1	2	3	4	5
95	3	15	14	18	45
100 %	3%	16%	15%	19%	47%

El 62% de las respuestas se considera de importante a extremadamente importante los lugares para acampar. Se presenta a continuación el cuadro con las respuestas a esta pregunta:

18.- De acuerdo a la siguiente tabla: ¿Qué tan importante es para usted que el Refugio Molinuco cuente con?: LUGARES PARA ACAMPAR					
	SIN IMPORTANCIA	NO MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	EXTREMADAMENTE IMPORTANTE
	1	2	3	4	5
95	12	24	24	24	11
100 %	13%	25%	25%	25%	12%

4.4 Análisis de la Oferta

Número de visitantes, máxima demanda diaria de visitas

Si consideramos que el Refugio tiene una superficie de 80 hectáreas, existiría un área per cápita de 133 m² por visitante, para la condición más crítica que se presenta para la máxima visita diaria de 600 visitantes que es el registro proporcionado por el Refugio Molinuco para los días feriados para el año 2012.

Actividades a realizar en el Refugio

Existen diez importantes actividades a realizar en el Refugio Molinuco, entre ellas las de mayor demanda son: las caminatas, visita a las cascadas, senderismo y observación de las especies de flora y fauna con porcentajes entre el 16% y el 23%.

Restaurante

Existe una capacidad instalada de 40 puestos que con una rotación de 3 significa 120 puestos en las horas de máxima demanda.

Servicios Higiénicos

Existe un servicio higiénico para hombres y uno para mujeres como oferta actual de este importante servicio.

Alojamiento

Respecto al alojamiento, como oferta, el sitio dispone de dos habitaciones sencillas con acomodación simple, matrimonial y doble, dependiendo del requerimiento de los visitantes.

4.5. Demanda Insatisfecha

Es la demanda que no puede ser satisfecha por la oferta. Este análisis se realiza para cada uno de los servicios del Refugio Molinuco. Se considera que la demanda máxima actual y futura se presenta en los días de máxima demanda diaria que para los dos escenarios son los días festivos con 600 visitantes.

Número de visitantes, máxima demanda diaria de visitas

Si consideramos que el Refugio tiene una superficie de 80 hectáreas, esta es una área más que suficiente para la máxima visita diaria de 600 habitantes, para los cuales el área per cápita sería de 133 m² por visitante. Para las condiciones de los días promedios de las demandas máxima mensual, o promedio anual, existe una mayor área per cápita, por lo que para este parámetro no existe una demanda insatisfecha.

Actividades a realizar en el Refugio

Existen diez importantes actividades a realizar en el Refugio Molinuco, entre ellas las de mayor demanda son las caminatas, las visitas a las cascadas, el senderismo y observación de las especies de flora y fauna con porcentajes entre el 16% y el 23%, para las cuales los senderos, las visitas a las cascadas, la flora y fauna del lugar, con ayuda de los guías garantiza la oferta necesaria en los días de máxima afluencia, por lo que para las actividades a realizar no existe demanda insatisfecha.

Restaurante

En las horas pico, se puede atender a 120 personas de las 600 que asistirían en el día de máxima demanda, es decir existe una capacidad instalada del 20% para atender en ese día, siempre y cuando todos los visitantes requieran de este servicio.

El servicio de restaurante debería garantizar el servicio para el promedio de visitantes, para que las instalaciones no queden ociosas un altísimo porcentaje del tiempo si se diseñara para el día de máximo consumo.

Si el promedio anual para el año 2014 (año de aplicación del Plan de Marketing) es de 16.104 visitantes), máximos mensuales de 1932 visitantes, por lo que el

promedio diario sería de 64 visitantes y la capacidad instalada para este escenario es suficiente.

Al aplicar el 24% que es el porcentaje según la respuesta a la pregunta seis “ En que meses realiza turismo en Ecuador, al promedio anual de 16.104 visitantes, se obtiene para el mes de agosto 3.864 visitantes, si dividimos para 30 días, el promedio diario sería de 129 visitantes y la capacidad instalada de 120 puestos es suficiente.

En los días de máxima demanda, el horario de atención en las horas pico puede extenderse en base a los requerimientos reales que se presenten en esos días, con platos de preparación instantánea como habas, choclos con queso, sandwiches, colas, adicionales a los menús que incluyen pollo, trucha, carne, sin que esto signifique una ampliación innecesaria de las instalaciones existentes para la situación actual, en el día de máxima demanda.

Alojamiento

Respecto al alojamiento, como oferta, el sitio dispone de dos habitaciones sencillas con acomodación simple, matrimonial y doble, dependiendo del requerimiento de los visitantes.

Al analizar las respuestas de las preguntas 20 y 18 que se presentan en el numeral de Demanda, se concluye que estas se complementan, ya que el 80% de los entrevistados considera de importante a extremadamente importante el alojamiento, y 62% de los entrevistados considera de importante a extremadamente importante los lugares para acampar. Al relacionar estos dos porcentajes, realizando la diferencia, se podría concluir que el 18% se refiere a alojamiento diferente de acampar.

Si este porcentaje del 18% se relaciona con la demanda media, según el promedio anual de 45 visitantes, la demanda sería de aproximadamente 6 camas que se cubrirían con la oferta.

Para la demanda máxima diaria de 600 visitantes, ellos conocen que es muy difícil conseguir alojamiento, no en este centro recreacional sino en cualquier sitio turístico del país, por lo que en este caso específico no considerarían la posibilidad de quedarse en el hospedaje existente.

4.6 Objetivos de ventas

- Incrementar el volumen de turistas nacionales y extranjeros del Refugio Molinuco a 3.000 visitantes adicionales en el año de aplicación del Plan de Marketing.
- Lograr una mayor participación en el mercado a través de diferentes eventos a realizarse durante las diferentes épocas del año.

4.7 Objetivos de marketing

- Promocionar el Refugio Molinuco a nivel nacional e internacional a través de medios de comunicación diferenciados, alianzas estratégicas con empresas turísticas.
- Ofrecer al cliente paquetes turísticos diversificados para incrementar el uso de las diferentes atracciones turísticas y servicios del Refugio.
- Mejorar la calidad de los servicios ofrecido en el Refugio Molinuco.
- Posicionar al Refugio Ecológico Molinuco como un atractivo turístico autosustentable, natural y exclusivo, a través de la elaboración de un producto diferenciado que incluya todos los servicios, mejoramiento de la página web e incremento en la publicidad de medios escritos y visuales.
- Ofrecer a los visitantes promociones especiales para paseos en los días festivos del año.

4.8 Estrategias de la mezcla de marketing

4.8.1. Producto

Ubicación

El Refugio Ecológico Molinuco se encuentra en una ubicación central estratégica de la Ciudad de Quito y dentro del Cantón Rumiñahui, su tiempo estimado de llegada al Refugio desde la Ciudad de Quito es de 45 minutos aproximadamente.

Mejoramiento de la Imagen

Se va a realizar un mejoramiento de la imagen del Refugio Ecológico Molinuco a través de la difusión de medios de comunicación como: Vallas publicitarias, ubicadas en sectores estratégicos, también se debe actualizar la información de la página web, se debe de participar en ferias turísticas, eventos en los días festivos para dar a conocer el producto, logrando posicionar al Refugio a nivel nacional e internacional.

Estrategia genérica

La Estratégica Genérica que se va a aplicar en el Refugio Ecológico Molinuco es una Estrategia de Diferenciación, creando un producto relacionado con los Atractivos Naturales, Cascadas del Refugio de acuerdo a la pregunta No. 15 de la encuesta realizada a los turistas, donde el 23% de los encuestados prefiera la visita a las cascadas. Se ha considerado también la respuesta de la pregunta No.24, donde el 79% de los encuestados calificó a los Atractivos Naturales y Cascadas como Excelente, como punto de partida.

El producto va dirigido a la los habitantes de la ciudad de Quito, de la clase media típica, con las edades comprendidas entre 25 y 54 años de edad.

ELABORACIÓN DEL PRODUCTO: VISITA A LAS CASCADAS DEL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO

UBICACIÓN: Barrio Santo Domingo de Ichubamba –Parroquia Pintag

RECURSOS TURÍSTICOS: Cascadas naturales, paisaje de los 7 Volcanes, Flora y Fauna.

ACTIVIDADES A REALIZAR:

Actividad No.1 Caminata Mirador de los Volcanes

Descripción: Caminata para observar los 7 volcanes que se encuentran alrededor del Refugio Ecológico Molinuco.

Duración: 2 horas (Ida y regreso)

Lugar: Refugio Ecológico Molinuco

Servicios que se ofrece: Guía, Alimentación, Transporte, Actividades

Actividad No.2 Visita a las Cascadas, senderismo

Descripción: Caminata por el sendero natural, observando la flora y fauna del lugar hasta llegar a las Cascadas del sitio.

Duración: 2 horas y media (Ida y regreso)

Lugar: Refugio Ecológico Molinuco

Servicios que se ofrece: Guía. Alimentación, Transporte, Actividades

Actividad No. 3 Visita al Vado del Pescador y Vado el Descanso, Cascada Molinuco

Descripción: Caminata por el sendero natural para llegar Vado el Pescador y Vado el Descanso.

Duración: 2 horas y media (Ida y regreso)

Lugar: Refugio Ecológico Molinuco

Servicios que se ofrece: Guía. Alimentación, Transporte, Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Día: Sábado

Salida: Quito

Hora: 9:00

Recorrido para llegar al Refugio: Trayecto Quito – El Colibrí – Barrio Loreto – Pintag - Refugio Ecológico Molinuco – Retorno Quito.

- Snack antes de salir al recorrido a la visita a las Cascadas
- Introducción de la Historia del Refugio Ecológico Molinuco
- Caminata por el sendero, explicación en el camino de las principales especies de flora y fauna
- Primera parada: Vado el Descanso
- Segunda parada: Vado el Pescador
- Visita a la Cascada Molinuco (se puede bañar en la Cascada)

- Visita el Manantial
- Visita el Playón
- Retorno al Refugio
- Almuerzo 1H30
- Uso de las instalaciones
- Cabalgata
- Cena 19H30

Día: Domingo

- Desayuno
- Caminata para observación de los 7 volcanes, información del sitio
- Retorno al Refugio
- Pesca deportiva
- Almuerzo
- Retorno a la ciudad de Quito

Días Festivos:

Carnaval

En la temporada de carnaval se puede promocionar al Refugio Molinuco en las fiestas de Carnaval del Cantón Rumiñahui a través de cuñas en las diferentes emisoras y en los eventos que se realicen y a través de convenios con el Municipio del Cantón Rumiñahui.

Semana Santa

Incentivar la visita a la Refugio Molinuco a través de la invitación a turistas para que degusten el plato típico de Fanesca a la venta en el restaurante.

Día del Trabajo

Realizar convenios con Empresas Públicas y Privadas para que realicen paseos de integración para crear sentido de pertenencia Empresarial.

Batalla de Pichincha

Contratar cantantes oriundos de la zona para un show especial en el área del Restaurante en la hora del almuerzo para que los turistas puedan familiarizarse con la música típica del sector.

Primer grito de la Independencia

Promocionar al lugar a través de convenios con establecimientos de tarjetas de crédito para difundir información y descuento del 10% en el valor de la entrada en los Estados de Cuenta de sus tarjetahabientes.

Día de los difuntos e Independencia de Cuenca

Invitar a los turistas a degustar la colada morada a la venta en el Restaurante del Refugio Molinuco.

Navidad y Año Nuevo

Promocionar al Refugio Molinuco a través de Revistas de Turismo en las vísperas de Navidad y Año Nuevo.

4.8.2 Precio***Fijación de precio de acuerdo al servicio***

El precio del producto se lo ha definido de acuerdo a los servicios y actividades que se pueden optar en el Refugio Molinuco. Se ha tomado en cuenta paquetes turísticos de fin de semana, ya que de acuerdo a la encuesta realizada la mayoría de personas viajan entre el fin de semana y feriados, también se ha realizado un producto que incluya todos los servicios disponibles en el Refugio para atraer a que adquieran un valor adicional a la Entrada.

Fijación de precio de penetración de mercado

Se quiere incrementar el número de visitantes al Refugio en el transcurso del año, porque se va a tomar en cuenta los días festivos, realizando diferentes eventos según la ocasión.

4.8.3 Plaza

El Refugio Ecológico Molinuco no tiene alianzas estratégicas con Agencias de Viajes ni con otras Empresas turísticas, se maneja de manera independiente.

4.8.4 Promoción

Ventas Personal

Se incrementaran las ventas del Refugio Molinuco a través de capacitación a los guías turísticos en los siguientes aspectos:

- ✓ Información general y específica del Refugio Molinuco.
- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Comunicación verbal
- ✓ Flora y Fauna del sitio
- ✓ Motivación
- ✓ 6 pasos de ventas que son: Actitud mental positiva, concentración, saludo y bienvenida, calentamiento, descubrimiento, producto. Esto permitirá crear una buena empatía con el cliente, darle un mejor servicio, y que el cliente visite el lugar más de una vez.
- ✓ Seguridad visitantes
- ✓ Ecoturismo y turismo de aventura

Con la capacitación del personal se lograra una mejor servicio al cliente en el recorrido para llegar al Refugio y dará motivación para que el cliente escoja la opción del Refugio en relación con otros atractivos turísticos cercanos.

Publicidad

Se van a utilizar varios medios de publicidad, a continuación se describen los principales:

Página Web

El Refugio Ecológico Molinuco en la actualidad cuenta con una página web, la misma que debe mejorarse y actualizarse en forma periódica incluyendo mayor información sobre los atractivos naturales, descripción de los nuevos servicios o

productos y actividades adicionales que se puede realizar en el sector, también se recomienda la actualización de fotos de los diversos sitios y del establecimiento como tal. Se debe incluir el servicio de reservas y ventas a través de la página web, esto permitirá aumentar las ventas por este medio.

Se debe incluir como link la página web del Refugio dentro de páginas como www.turismo.gob.ec, www.pichincha.gob.ec, www.captur.com, www.codeso.com, www.welcomeecuador.com, etc.

Medios escritos

Se debe publicar anuncios en periódicos como El Comercio, los días viernes, sábados, domingos y Feriados, una vez cada dos meses; además de debe realizar publi-reportajes con programas de televisión que incentivan el turismo y con revistas como la Familia, que circula con el diario El Comercio, para ello se invitara a periodistas y reporteros vinculados al turismo para que conozcan el Refugio y sus atractivos, y mediante los medios leídos y televisados inviten a la ciudadanía a visitar el Refugio y disfrutar de sus atractivos naturales. Esta invitación seria mensual hacia los diferentes canales de televisión, y con las revistas y/o periódicos en los meses previos a la temporada de vacaciones.

Medios Gráficos

Vallas Publicitarias.- Se deben colocar vallas publicitarias en el camino para llegar al Refugio Molinuco, tomando en cuenta el Colibrí y el sector de Pintag.

Participación en ferias turísticas.- Es importante participar en ferias turísticas para promocionar el Refugio a personas que visiten las ferias y estén interesadas en viajar.

Stand de información.- Se debe de instalar un stand de información en la Entrada del Refugio para brindar información antes de conocer el Refugio de tal manera que la gente se interese por entrar al sitio.

Promoción de Ventas

Cada cierto tiempo se debe de regalar cupones de estadías con un 25% de descuento entre las personas que adquieran sus entradas, como también lograr alianzas con las entidades crediticias para que se llegue a un acuerdo de promocionar al Refugio a

través de las promociones que ponen en la entrega del estado de cuenta de sus tarjetas habientes cada cierto tiempo.

Relaciones Públicas

Se debe crear alianzas estratégicas con entidades turísticas y empresas turísticas del sector público como el Ministerio de Turismo, el Municipio del Cantón Rumiñahui, Quito Turismo y con empresas del sector privado como Agencias de Viajes y entidades crediticias. Una de las estrategias a implementar será la incorporación de un link en sus páginas web a través del cual se pueda acceder a la página web del Refugio y mediante información turística a publicar en las revistas de estas instituciones.

Cultura Eco turista

Dar charlas informativas acerca de la importancia de dar un uso sustentable al Refugio Ecológico Molinuco, explicando los valores de conservación del Medio Ambiente, de botar basura en su sitio y de no llevarse ningún tipo de especie de flora y fauna, de esta manera se creará la cultura entre los turistas nacionales y extranjeros, que permitirá dar un valor importante al Refugio y motivará a visitar nuevamente este sitio.

Libro de visitas

Es muy importante tener en cuenta las opiniones de los turistas que visitan el Refugio por lo que en el Restaurante se recomienda poner un Libro donde la gente pueda colocar sus inquietudes, su experiencia, sugerencias y lugar de procedencia, lo cual permitirá tener un registro de los visitantes y dar un mejor servicio.

4.8.5. Resumen del Plan de Marketing

El objetivo del cuadro siguiente es resumir la información del Plan de Marketing en un solo cuadro para conocer los objetivos, estrategias, tácticas, presupuesto, cronograma.

.

Objetivo ¿Qué se quiere lograr?	Estrategia ¿Cómo se va a alcanzar el objetivo?	Táctica ¿Detallar cómo se va a realizar la estrategia?	Responsable ¿Quién va a realizar cada táctica?	Presupuesto ¿Cuánto realizar cuesta cada táctica?	Cronograma ¿Cuándo se va llevar a cabo cada táctica?
Incrementar el volumen de ventas de las entradas del Refugio Ecológico Molinuco, en 3.000 visitantes en el año de aplicación del Plan de Marketing (año 2014).	Renovación de imagen y difusión del Refugio Molinuco Capacitación personal	1. Página Web 2. Publicación en medios de comunicación. 3. Invitaciones a medios de comunicación 4. Alianzas estratégicas. 5. En ventas, atención al cliente	Administración Administración Administración Administración Administración	1. USD\$ 200,00 2. USD\$ 700,00 3. USD\$ 100,00 4. Sin costo 5. USD\$ 300,00	Semestral Bimensual Bimensual Continua Semestral
Lograr una mayor participación en el mercado, en el año de aplicación	Posicionar al Refugio en el primer un lugar turístico autosustentable,	Diferenciación de la competencia, por la atención,	Gerencia General y todo el personal		Continua

del Plan de Marketing.	natural y exclusivo del cantón Rumiñahui.	calidad del servicio, paquetes de actividades.			
	Mejorar la calidad en servicio. Incentivar el consumo mediante paquetes de actividades y uso de actividades con costo.	Mejoras en alimentación, servicios Información en trípticos, alianzas estratégicas, medios de comunicación	Administración	Incluidos en objetivo 1	Continua

4.9 Presupuesto para el Plan

ACTIVIDADES	MES / INVERSION MENSUAL US\$											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CAPACITACION PERSONAL												
Capacitación de Personal	300						300					
MEDIOS DE COMUNICACIÓN												
Actualización Pagina Web	200						200					
Publicaciones en medios de comunicación		500		500		500		500		500		500
Invitaciones a medios de comunicación	100		100		100		100		100		100	
MEDIOS GRAFICOS												
Vallas Publicitarias	3000											
Participación en Ferias turísticas			1000						1000			
Cupones / Trípticos	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
INFORMACION												
Stand de Información	1000											
SUBTOTAL MENSUAL US\$	4650	550	1150	550	150	550	650	550	1150	550	150	550
TOTAL PLAN DE MARKETING US\$	11.200											

De acuerdo al cronograma, la mejora de la pagina Web y la capacitacion del personal se la realiza en dos ocasiones, en el primero y en el septimo mes del plan; la mejora en los servicios higienicos, la isntalación de las vallas publicitarias y del stand de informción, en el primer mes del plan.

Las publicaciones en medios de comunicación y las invitaciones a periodistas y reporteros de estso medios, en forma bimensual, pero intercalado, un mes se realiza la publicación, el siguiente mes la invitación y así sucesivamente.

Se considera dos participaciones en ferias, una en cada semestre, para el presupuesto y cronograma se ha considerado que es en el tercero y noveno mes; en la realidad puede cambiar.

Las alianzas estrategicas y la promoción de los productos se realizan en forma continua poniendo énfasis en los días festivos del año. En igual forma la entrega de cupones y tripticos.

4.11 Control del Plan de Marketing

El control del Plan de Marketing se va a dar con el análisis del Estado de Resultados del primer año transcurrido de la aplicación del Plan, tomando en cuenta el cumplimiento del Cronograma establecido y del incremento en el número de visitantes. Lo cual servirá para mejorar las estrategias para el siguiente año y así sucesivamente.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- ✓ El Refugio Ecológico Molinuco es una Empresa privada que no cuenta con alianzas estratégicas con Agencias de Viajes ni con otras Empresas, lo cual no le permite crecer y llegar a ser una potencia turística conocida a nivel nacional e internacional.
- ✓ El Refugio Molinuco posee recursos naturales que embellecen su entorno y la convierte en un atractivo turístico llamativo, pero debido a su falta de promoción turística no es muy concurrida entre los diferentes destinos que se pueden visitar en el Ecuador.
- ✓ Posee una infraestructura básica ya que aquí se asentaba la Hacienda Patichubamba, cuenta con servicio de parqueadero, restaurante, alojamiento, servicios sanitarios, lo cual hace que su visita sea más placentera.
- ✓ Se pueden realizar diversas actividades como senderismo, pesca deportiva, cabalgatas, caminatas, ciclismo de montaña, visita a las Cascadas, observación de especies de flora y fauna, camping, canoping; han hecho que el Molinuco tenga acogida por sus visitantes y ha permitido que lo conozcan más personas.
- ✓ El atractivo preferido por los turistas son sus Cascadas naturales convirtiéndolo en un motivo importante para realizar senderismo y caminatas para visitar las Cascadas.
- ✓ Un problema por el que atraviesa el Refugio es la falta de mantenimiento y restauración, lo cual hace que se desgaste y no se conserve, notando envejecimiento de su infraestructura.

- ✓ Una amenaza del sitio es el crecimiento de la competencia y promoción agresiva que existe en el medio, ya que se ofrecen servicios y actividades similares y se encuentran cerca del Refugio Molinuco.
- ✓ Se utilizan productos naturales de la zona lo cual ha permitido que este lugar conserve su entorno natural.

5.2 RECOMENDACIONES

- ✚ Aplicar las estrategias de promoción para aumentar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros en el sitio, y que permite el posicionamiento de este atractivo entre los diferentes destinos que se pueden visitar en el Ecuador.
- ✚ Promocionar la visita a las Cascadas, tomando en cuenta que es la actividad que más llama la atención de los turistas.
- ✚ Con la implementación del Plan de Marketing se van a lograr ventas a partir del año 2014 permitiendo obtener mayores ganancias y aumentar la venta de entradas.
- ✚ Realizar un control de servicio y visitas al Refugio que permite tener una opinión acerca del servicio que se está ofreciendo para poder mejorar y brindar un servicio exclusivo, por lo que va a permitir que los turistas regresen en varias ocasiones.
- ✚ Capacitar a los guías turísticos y las personas que trabajan en el establecimiento para que se pueda brindar una mejor atención al cliente.
- ✚ Renovar la imagen y difusión del Refugio Molinuco a través de medios de comunicación para que los turistas estén más informados acerca de este atractivo turístico.

ANEXOS

ANEXO No. 1 CUESTIONARIO PARA TURISTAS NACIONALES QUE VISITAN EL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO
--

1 ¿USTÉD REALIZA TURISMO DENTRO DEL ECUADOR?

SI	1
----	---

NO	2
----	---

PASE A LA PREGUNTA 1.1

1. PORQUE _____
1 _____

2 ¿QUE TIPO DE TURISMO PREFERE REALIZAR EN EL ECUADOR?

TRADICIONAL	1
ECOTURISMO	2
CULTURAL	3

DE AVENTURA	4
RELIGIOSO	5
OTROS ESPECIFIQUE	6

3 ¿CON QUIÉN GENERALMENTE VIAJA POR MOTIVO DE TURISMO EN EL ECUADOR ?

FAMILIA ADULTOS	1
FAMILIA CON NIÑOS	2
SOLO	3

AMIGOS	4
OTROS ESPECIFIQUE	5

4 CUANTAS VECES AL AÑO REALIZA PASEOS O VIAJES DE TURISMO EN EL ECUADOR?

MENOS DE 1 VEZ	1
1-3	2
4-6	3

7-9	4
10-12	5
MÁS DE DOCE VECES	6

5 CUANDO REALIZA TURISMO DENTRO DEL ECUADOR, ¿CUÁL ES EL MONTO APROXIMADO QUE SUELE UTILIZAR DIARIAMENTE POR PERSONA?

0-10 DOLARES	1
11-15 DOLARES	2
16-20 DOLARES	3

21-35 DOLARES	6
36-40 DOLARES	7
41-45 DOLARES	8

21-25 DOLARES	4
26-30 DOLARES	5

46-50 DOLARES	9
+ DE 50 DOLARES	10

6 ¿EN QUÉ MESES SON LOS QUE FRECUENTEMENTE REALIZA TURISMO EN ECUADOR?

ENERO	1
FEBRERO	2
MARZO	3
ABRIL	4
MAYO	5
JUNIO	6

JULIO	7
AGOSTO	8
SEPTIEMBRE	9
OCTUBRE	10
NOVIEMBRE	11
DICIEMBRE	12

7 ¿EN QUÉ DÍAS SON LOS QUE FRECUENTEMENTE REALIZA TURISMO EN ECUADOR?

LUNES	1
MARTES	2
MIÉRCOLES	3
JUEVES	4

VIERNES	5
SABADO	6
DOMINGO	7
FERIADOS	8

8 CUANDO REALIZA PASEOS O VIAJES CUYA DURACIÓN ES DE MAXIMO DOS DIAS , QUÉ LUGARES PREFERE VISITAR?

MOLINUCO	1
PASOCHOA	2
SANGOLQUI	3
PISCINAS	4
MINDO	5

NANEGALITO	6
OTAVALO	7
IBARRA	8
CAYAMBE	9
OTROS ESPECIFIQUE	10

9 HA ESCUCHADO USTED SOBRE EL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO?

SI	1
----	---

NO	2
----	---

TERMINE LA ENCUESTA

¿QUÉ HA ESCUCHADO? _____

10 ¿POR QUÉ MEDIO SE ENTERÓ ACERCA DEL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO?

INTERNET	1
AGENCIA DE VIAJES	2
PAGINAS AMARILLAS	3
Referencias de amigos o parientes	4

POR LA PRENSA	5
MINISTERIO DE TURISMO	6
GUÍAS TURÍSTICAS	7
OTROS ESPECIFIQUE	8

DE ACUERDO A LA SIGUIENTE TABLA: ¿CÓMO CALIFICA LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO MEDIANTE:

11 FLYERS

12 PAGINA WEB

	PREG. 11	PREG. 12
EXCELENTE	5	5
MUY BUENA	4	4
BUENA	3	3
REGULAR	2	2
MALO	1	1
NO CONOCE	0	0

13 ¿HA VISITADO EL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO?

SI	1	NO	2
----	---	----	---

14 ¿QUE MEDIO UTILIZÓ PARA LLEGAR AL REFUGIO ECOLOGICO MOLINUCO?

BUS	1	VEHÍCULO PARTICULAR	3
CAMIONETA	2	OTROS ESPECIFIQUE	4

15 ¿QUE TIPO DE ACTIVIDADES PREFIERE REALIZAR EN EL REGUGIO MOLINUCO?

SENDERISMO	1
PESCA DEPORTIVA	2
CABALGATAS	3

CAMINATAS	4
CICLISMO DE MONTAÑA	5
VISITA A LAS CASCADAS	6
OBSERVACIÓN DE ESPECIES FLORA/FAUNA	7
CAMPING	8
CANOPING	9
OTROS ESPECIFIQUE	10

16 ¿CUÁNTAS VECES HA VISITADO EL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO?

1	1
2-3	2
4-6	3

7-9	4
10-12	5
MÁS DE DOCE VECES	6

DE ACUERDO A LA SIGUIENTE TABLA: ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED QUE EL REGUGIO MOLINUCO CUENTE CON:

17 PARQUEADERO

18 LUGARES PARA ACAMPAR

19 RESTAURANTES

20 ALOJAMIENTO

21 CUENTE CON SERVICIOS SANITARIOS

	PREG. 17	PREG. 18	PREG. 19	PREG. 20	PREG. 21
EXTREMADAMENTE IMPORTANTE	5	5	5	5	5
MUY IMPORTANTE	4	4	4	4	4
IMPORTANTE	3	3	3	3	3
NO MUY IMPORTANTE	2	2	2	2	2
SIN IMPORTANCIA	1	1	1	1	1

DE ACUERDO A LA SIGUIENTE TABLA: CALIFIQUE LOS SIGUIENTES ASPECTOS DEL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO

22 SERVICIO DE GUIAS

- 23 LA SEÑALIZACIÓN PARA LLEGAR AL REFUGIO
 24 PRECIOS
 25 ATRACTIVOS NATURALES CASCADAS
 26 LOS SENDEROS
 27 SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN
 28 SERVICIOS HIGIÉNICOS
 29 EN GENERAL TODO EL REFUGIO ECOLÓGICO EL MOLINUCO

	PREG. 22	PREG. 23	PREG. 24	PREG. 25	PREG. 26	PREG. 27	PREG. 28	PREG. 29
EXCELENTE	5	5	5	5	5	5	5	5
MUY BUENA	4	4	4	4	4	4	4	4
BUENA	3	3	3	3	3	3	3	3
REGULAR	2	2	2	2	2	2	2	2
MALO	1	1	1	1	1	1	1	1

30 DÓNDE LE GUSTARÍA QUE EXISTA INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL REFUGIO ECOLÓGICO MOLINUCO? ?

INTERNET	1
AGENCIA DE VIAJES	2
PAGINAS AMARILLAS	3
PERIÓDICOS	4

TELEVISIÓN	5
MINISTERIO DE TURISMO	6
GUÍAS TURÍSTICAS	7
OTROS ESPECIFIQUE	8

**31 ¿DE ESTOS RANGOS DE EDADES
EN CUÁL ESTÁ Ud.?**

Entre 20 a 30	1
Entre 31 a 40	2
Entre 41 a 50	3

Entre 51 a 60	4
Mayor de 65	5

32 GÉNERO

:

FEMENINO	1
----------	---

MASCULINO	2
-----------	---

ESTADO:**CIUDAD:****BARRIO:**

ANEXO No. 2 FOTOS

Entrada Refugio Ecológico Molinuco



Refugio Ecológico Molinuco



Áreas Recreativas del Refugio Ecológico Molinuco



Área Recreativa



Pesca deportiva



Sendero Ecológico



Sendero Ecológico



Flora de la zona



Letreros Informativos



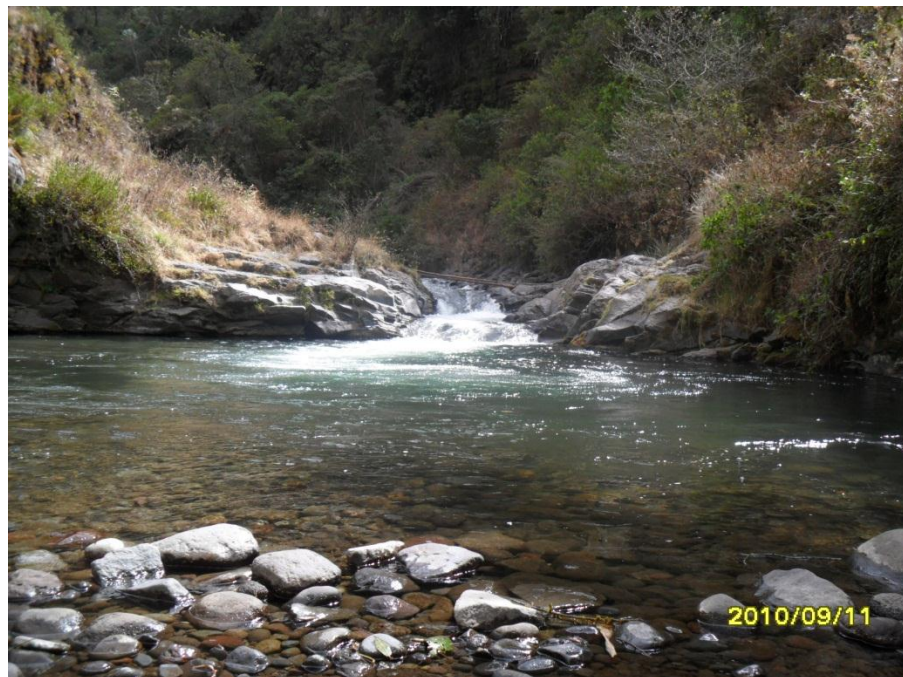
Flora de la zona



Flora de la zona



Río Pita



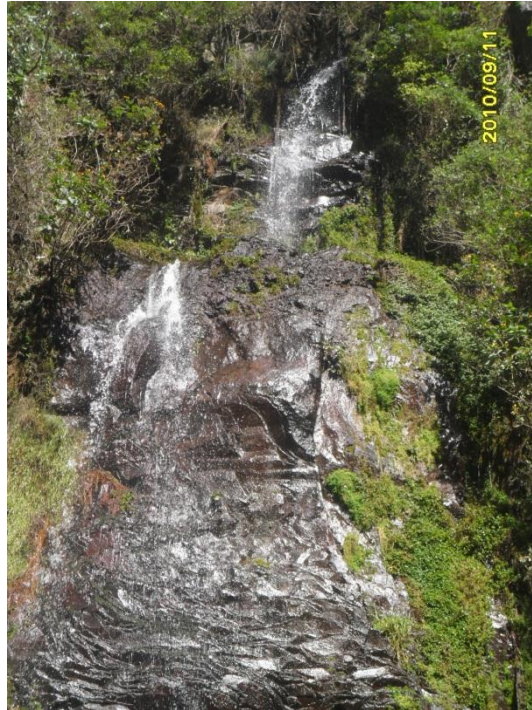
Cascada Molinuco



Cascada Molinuco



Grieta Natural



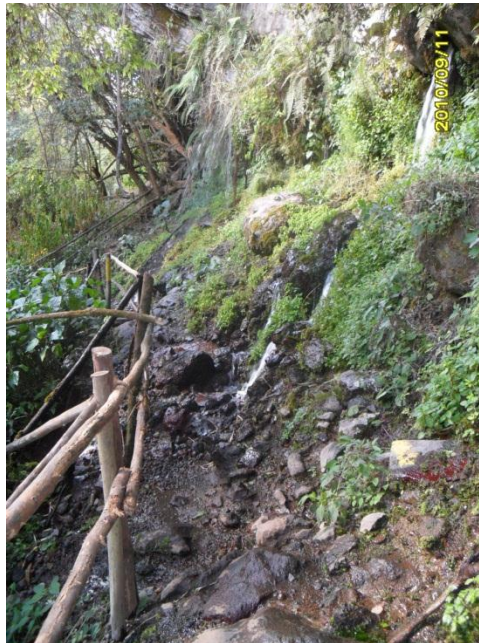
Turistas visitando el Refugio



El Playón



Sendero natural



Parqueadero



Ciclismo de montaña



Restaurante



BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL, César Augusto, *Metodología de la investigación*, Segunda Edición, Pearson Educación, 2006.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; *Fundamentos de Marketing*, Octava edición, Pearson Education 2008.
- LANQUAR, Robert, *Marketing Turístico*, Ariel. 2001.
- REY, Manuel; REVILLA CAMACHO, María Ángeles; JIMENEZ, José Gil; LOPEZ BONILLA, Jesús M., *Fundamentos de Marketing Turístico*, Síntesis S.A. 2008.
- MEDINA VILLAREAL, Paola, *Plan de desarrollo turístico para el área conocida como sendero ecológico Chorrera del Pita, Cantón Rumiñahui. Provincia Pichincha*, 2006. *Tesis*
- SALGADO VALDEZ, Roberto, *Ecuador hacia el siglo XXI*, Indugraf del Ecuador, 1997.
- SILVA LOZA, Diana Carolina, *Plan de Marketing para el desarrollo turístico del Cantón Rumiñahui, de la Provincia de Pichincha*, 2010. *Tesis*

PÁGINAS WEB

- www.refugiomolinuco.com
- www.cascadadelpita.com
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>
- <http://quito.olx.com.ec/paseos-ecologicos-iid-34075445>
- <http://es.netlog.com/rumibosque>
- www.finanzas.gob.ec
- <http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/ENERO-MARZO-2012.pdf>
- http://www.ruminahui.gob.ec/informacion.asp?ID_INF=253&SEC_INF=RUMINAHUI
- <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-ministerio/valores-mision-vision-2>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador#Realidad_cultural_del_Ecuador

- <http://www.ambiente.gob.ec/el-ministerio/valores-mision-vision-2>
- <http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id74.html>

ARTÍCULOS

- Censo de Población y Vivienda 2010, *Boletín de prensa-celular con aplicaciones en kichwa.*
- *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*