



ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA  
DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL  
TURISMO CULTURAL

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del Título de Tecnólogo en  
Administración Turística y Hotelera

Tipo de Proyecto

Proyecto I+D+I

Autor: Sr. Juan Carlos Muzo Pico

Tutora: Lic. Ximena Almeida

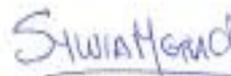
QUITO-ECUADOR

2018

**FORMULARIO 005**  
Dirección de Proyectos**ACTA DE APROBACIÓN FINAL DE PROYECTOS****ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO**

Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta) MUZO PICO JUAN CARLOS, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA "RUTA DE LA SALSAS" EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL.", una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Lcda. Ximena Almeida  
Tutor del ProyectoLcda. Silvia Mera  
Lector del Proyecto

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
Administración Turística y Hotelera  
Ing. Frikzia Mendoza  
Director de Escuela

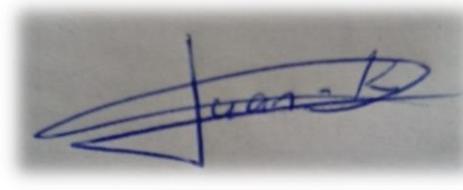


INGENIERO DE SISTEMAS  
ING. Galo Cisneros  
Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Ax. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: <a href="mailto:instituto@cordillera.edu.ec">instituto@cordillera.edu.ec</a> Pág. Web: <a href="http://www.cordillera.edu.ec">www.cordillera.edu.ec</a> Quito - Ecuador	Calle Logroño De 2-84 y Ax. de la Prensa (log.) 6DF, Cordillera Tel: 2432443 / Fax: 2432649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (log.) Tel: 2262041	Ax. Brasil N46-43 y Zamora Tel: 2246036	Yacuambi Ox2-36 y Bracamoros Tel: 2246994

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

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

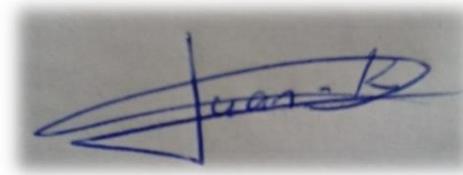


Juan Carlos Muzo Pico

CC. 1722781877

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Sr. Juan Carlos Muzo Pico alumno de la escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.



---

Juan Carlos Muzo Pico

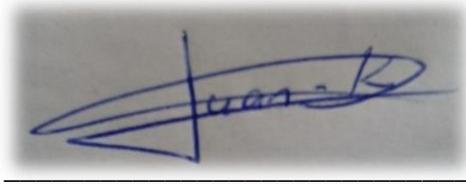
CC. 1722781877

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Juan Carlos Muzo Pico portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1722781877 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado: **ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

---

**ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL**



Sr. Juan Carlos Muzo Pico

C.C: 1722781877

A los 30 días de abril del 2018.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios, a mis padres, a todas las personas que me apoyaron en todos los instantes de mi vida y especialmente a mi tutor por el valioso aporte profesional y humano a lo largo de mi carrera siendo siempre un ejemplo para mí en todo momento, y sin dejar de lado a todos los queridos docentes que no solo me formaron en el ámbito profesional sino que también en el lado humano que es a veces más importante que cualquier título profesional.

### **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional,

A mis docentes que también fueron un ejemplo para mí

Y a aquellas personas maravillosas que inspiran mi vida

## ÍNDICE GENERAL

<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....</b>	<b>iii</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL .....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>xvii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xix</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>xx</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.0. Antecedentes .....</b>	<b>1</b>
<b>1.01. Contexto.....</b>	<b>4</b>
<b>1.02. Justificación .....</b>	<b>15</b>
<b>1.03. Definición del problema central (Matriz T).....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>19</b>
<b>2.00. Análisis de involucrados .....</b>	<b>19</b>

---

2.01. Mapeo de involucrados.....	19
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>24</b>
3.00. Problemas y Objetivos.....	24
<b>3.01. Árbol de Problemas.....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>26</b>
4.00. Análisis de Alternativas.....	26
<b>4.01. Matriz de análisis de alternativas.....</b>	<b>26</b>
<b>4.02. Matriz de análisis de impactos de objetivos .....</b>	<b>28</b>
<b>4.03. Diagrama de Estrategias.....</b>	<b>29</b>
<b>4.04. Matriz de marco lógico.....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>31</b>
5.00. PROPUESTA.....	31
5.01. Antecedentes de la herramienta de metodología que propone como solución .....	31
5.02. Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución) .....	57
5.03. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta .....	62
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>71</b>
6.00. Aspectos administrativos .....	71
6.01. Recursos .....	71
6.02. Presupuesto .....	71
6.03. Cronograma de Titulación .....	72

---

<b>CAPÍTULO VII</b> .....	74
7.00 Conclusiones y Recomendaciones .....	74
7.01. Conclusiones .....	74
7.02. Recomendaciones .....	75
<b>ANEXOS</b> .....	76
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Escalas .....	16
Tabla 2 Matriz T .....	17
Tabla 3 Involucrados.....	21
Tabla 4 Invo C.....	22
Tabla 5 Escalas 2 .....	26
Tabla 6 Análisis de Alternativas .....	27
Tabla 7 Impactos de objetivos .....	28
Tabla 8 Marco lógico.....	30
Tabla 9 Análisis FODA.....	33
Tabla 10.....	40
Tabla 11.....	41
Tabla 12.....	42
Tabla 13.....	43
Tabla 14.....	44
Tabla 15.....	45
Tabla 16.....	46
Tabla 17.....	47
Tabla 18.....	48
Tabla 19.....	49
Tabla 20.....	50
Tabla 21.....	51
Tabla 22.....	52
Tabla 23.....	53

---

Tabla 24.....	54
Tabla 25.....	55
Tabla 26 Recursos.....	71
Tabla 27.....	72
Tabla 28.....	72
Tabla 29.....	72

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Consulta.....	16
Figura 2 Consulta 2.....	16
Figura 3 Mapeo de involucrados.....	19
Figura 4 Árbol de problemas.....	24
Figura 5 Árbol de objetivos .....	25
<i>Figura 6</i> Diagrama de Estrategias .....	29
<i>Figura 7</i> Comunicación .....	36
Figura 8 Población y Muestra .....	38
Figura 9.....	40
Figura 10 Dato 2 .....	41
Figura 11.....	42
Figura 12.....	43
Figura 13.....	44
Figura 14.....	45
Figura 15.....	46
Figura 16.....	47
Figura 17.....	48
Figura 18.....	49
Figura 19.....	50
Figura 20.....	51
Figura 21 .....	52
Figura 22.....	53
Figura 23.....	54

---

Figura 24.....	55
Figura 25 Logo Ruta de la Salsa.....	58
Figura 26 Portada GUÍA .....	63
Figura 27 Índice .....	63
Figura 28 Ruta .....	63
Figura 29 Página 3.....	63
Figura 30 Página 4.....	1
Figura 31 Página 5.....	1
Figura 32 Página 6.....	1
Figura 33 Página 7.....	1
Figura 34 Página 8.....	65
Figura 35 Página 9.....	65
Figura 36 Página 10.....	65
Figura 37 Página 11.....	65
Figura 38 Página 12.....	66
Figura 39 Página 13.....	66
Figura 40 Página 14.....	66
Figura 41 Página 15.....	66
Figura 42 Página 16.....	1
Figura 43 Página 17.....	1
Figura 44 Página 18.....	1
Figura 45 Página 19.....	1
Figura 46 Página 20.....	1
Figura 47 Página 21.....	1
Figura 48 Página 22.....	1

---

Figura 49 Página 23.....	1
Figura 50 Página 24.....	1
Figura 51 página 25 .....	1
Figura 52 Contraportada .....	1
Figura 53 Entradas .....	70
Figura 54 Libreta Portada .....	70
Figura 55 Volantes.....	70

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Clase demostrativa de salsa y bachata .....	76
Anexo 2 Bohos Park .....	76
Anexo 3 Promoción de las chivas .....	77
Anexo 4 Chivas del tour .....	77
Anexo 5 Chiva.....	78
Anexo 6 Palacio de Cristal Quito .....	78
Anexo 7 Show de baile .....	79
Anexo 8 Salsa Choque .....	79
Anexo 9 Orquesta salsera .....	80
Anexo 10 Show de baile .....	80
Anexo 11 La Juliana .....	81
Anexo 12 Salsoteca Lavoe .....	81

## RESUMEN EJECUTIVO

Como podemos evidenciar la mayoría de personas asocia al baile como algo negativo por su relación con la bebida o con vicios, esto es lógico debido a que no conocen su verdadera cultura, algunos no tienen idea de que es un arte y de la manera correcta de ejecutarlo.

En el presente proyecto se busca promocionar las diferentes actividades y academias que se dedican a la enseñanza de lo que es la salsa logrando así que el público conozca sobre la cultura salsera dentro la ciudad y mire al baile desde otra perspectiva, y de esta manera se dé cuenta del valor artístico cultural que esta disciplina tiene.

Logrando no solo así informar sobre el evento de la “Ruta de la Salsa” sino también incentivar a las personas para que visiten las academias, las salsotecas y aprendan así a bailar salsa u otros ritmos.

Una de las metodologías más utilizadas en el presente proyecto será la encuesta de opinión. Las cuáles serán realizadas a los dueños de academias, propietarios y personal de salsotecas y personas que practican la salsa en su diario vivir, también se compilará información sobre este género musical, de donde proviene y su evolución para realizar un trabajo completo y dedicado para esas personas que les gusta el baile en cual presente un contenido ilustrado con fotografías inéditas para los que desconocen y quieran practicar cosas nuevas.

Otro objetivo es reforzar lo que es el turismo cultural y ofrecerle al público el baile y las salsotecas como una manera de san distracción además de dar a conocer mediante investigación y artículos las diferentes etapas de la historia de cómo se creó la salsa.

---

## ABSTRACT

As we can see most of people believe that Dancing is something bad and it's associated with alcoholism or vices, that is logical, because they don't know the real culture of dancing, some people don't have idea that Dancing is an art or how practice it.

This project finds to promote the diferent activities and dance academys that teach salsa in order to show this amazing culture that is in this city, and people see dancing in other way and they relized that its is relly important for the Art and the Culture.

The objective is not only to inform people abut "La Ruta de la Salsa" but also motivate people tu visit dance academys, dance clubs, and that they want to learn to dance salsa.

One of the most usefull methodologies in this project is opinion survey. Those surveys are gona be answer by academies owners, dance clubs owners, dancers, an the rest of people in order to get the most complete information about salsa history and evolution and show photos for people who don't know about the comunity and who wants to practice new fun things.

With all of these activities we want to improve the cultural turism in Quito and show dancing like a good way of have a good time, or we will be in a competition in the future.

---

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad vivimos en un mundo que está gobernado por las grandes compañías las cuales nos venden una realidad diferente con el objetivo de generar ingresos como es la industria del género urbano el cual nos vende el baile como algo relacionado con el sexo, las drogas, y el alcohol. Pero la realidad es diferente si bien es cierto se baila por alegría, por celebración o por un pasatiempo, lo cual hace que las personas quieran hacer negocio, como es el caso de una discoteca, pero aparte de bailar se venden bebidas alcohólicas y en ciertos lugares drogas lo cual le da mala imagen a esta expresión cultural y lo hace ver como un vicio o algo que terminará llevándote a uno.

Dentro de la ciudad de Quito existen muchas comunidades que comparten experiencias, gustos y vivencias, como es el caso de la comunidad salsera y no solo ellos pero las comunidades que se relacionan con el baile saben que el baile es una forma de expresar sus emociones, una manera de vida y también una forma de entrenar cuerpo, mente y espíritu, ya que un bailarín es una persona muy extrovertida por lo general es expresivo y apasionado.

Las diferentes gremios relacionados con el baile realizan eventos lo cual les ayuda a recaudar fondos para solventar los gastos que eso genera, debido a que no hay apoyo de ninguna institución, así nace la idea de crear un evento donde se ofrezcan shows y clases de baile en lugares emblemáticos de la ciudad de Quito y que se traslade en chiva conociendo las diferentes salsotecas, para que se conozca lo que es la salsa dentro de la ciudad y todo lo que se realiza, las competencias que genera y de qué manera se practica esta actividad, dándoles otro enfoque de lo que es el baile y de esta manera incentivar el turismo de tipo cultural.

## CAPÍTULO I

### 1.0. Antecedentes

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA DE LA Salsa EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULRURAL: para este tema se tomarán los siguientes libros:

**Tema:** Elaboración de una revista bilingüe (español-inglés) de atractivos turísticos naturales y artesanales del cantón Rumiñahui ubicado en la provincia de Pichincha con la finalidad de aumentar el flujo turístico en la localidad.

**Autor:** Zoraida Vega

**Institución:** Instituto Tecnológico Superior “Cordillera

**Año:** 2017

**Conclusión:** Servirá como una guía para la estructuración del presente proyecto y de la revista y diferentes artículos e información de la misma.

**Tema:** Elaboración de una Guía Informativa Turística de la conocida “Ruta Escondida” ubicada en el recorrido entre Puellaró y San José de Minas, en la provincia de Pichincha, cantón Quito, con la finalidad de promover el turismo en el sector.

**Autor:** Juan Carlos Cumbal

**Institución:** Instituto Tecnológico Superior “Cordillera

---

**Año:** 2017

**Conclusión:** Al ser un tema muy parecido al presente proyecto servirá para estructurar bien la información del mismo y adaptándolo para el presente proyecto.

**Tema:** La salsa una memoria Histórico musical

**Autor:** Alejandro Ulloa

**Institución:** Escuela de Comunicación social, Facultad de artes Integradas,  
Universidad del Valle

**Año:** 2013

**Conclusión:** Este libro será un gran aporte de información y cultura acerca de cómo inició la salsa como género musical en la ciudad de Nueva York

**Tema:** Historia de la Salsa, desde las raíces hasta el 1975

**Autor:** Nicolás Ramos Gandía

**Institución:** Universidad Interamericana de Puerto Rico

**Año:** 2004

**Conclusión:** Este libro aporta con la historia y cultura de la salsa en cuba y centro américa.

**Tema:** Una historia oral de la Salsa en Bogotá

**Autor:** Marcela Garzón Joya

**Institución:** Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá

**Año:** 2009

---

**Conclusión:** el presente libro aportará con la historia y cultura de la salsa en Colombia, otra des capitales de la salsa.

**Tema:** Guía de diseño editorial para revistas de divulgación académica

**Autor:** Myriam del Pilar Hernández

**Institución:** Escuela Interamericana de bibliotecología

**Año:** 2010

**Conclusión:** El aporte de este libro será los elementos que necesitamos para la publicación de la guía turística informativa.

**Tema:** El Diseño editorial Guía para la realización de libros y revistas

**Autor:** Leonardo Guerrero Reyes

**Institución:** Universidad Complutense de Madrid

**Año:** 2016

**Conclusión:** Este libro será un muy importante aporte para la realización y estructura de la guía.

**Tema:** Un Análisis de la cultura yoruba

**Autor:** Rey Roa

**Institución:** CIPS, Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas

**Año:** 1996

**Conclusión:** Para finalizar dentro de la guía el presente libro dará un enfoque de donde se originaron ciertos paso de salsa que hoy en día son utilizados para las competencias y shows

## 1.01. Contexto

La información de los libros de la parte anterior me será muy útil debido a que en la propuesta se realizará un plan completo, primero se realizará un levantamiento de información respectivo y con eso se procederá al análisis sobre historia, influencia, y evolución de la salsa para luego realizar los diferentes artículos de para la guía.

### 1.01.01. Orígenes de la salsa

“Género musicalailable con varios estilos, que nace en las comunidades afrocubanas, puertorriqueñas y dominicanas erradicadas en Nueva York.”

(Salazar, 1985, pág 03)

El género nace como la mezcla de varios ritmos:

- Jazz
- Son Cubano
- Jazz afrocubano
- Son montuno
- Cha cha chá
- Guaracha
- Mambo
- Pachanga
- Rumba
- Guajira
- Bolero
- Danzón

En 1930 un cubano llamado Mario Bauza con una edad de 19 años llegó a la ciudad de Nueva York, este clarinetista de estilo clásico se había enamorado de la ciudad y había vuelto para surgir, siendo un obstáculo el color de su piel debido a las barreras raciales que ahí existían.

Harlem era un sector insignia de la ciudad de Nueva York debido a los espectáculos que tenían los clubes nocturnos, por lo general eran de música y baile donde las tres de la mañana parecían las doce del día en Time Square.

Años más tarde Bauza comenzó a tocar la trompeta para el Rey del swing de Harlem, Chip Wed en el conocido club de baile Savoy convirtiéndose en el director musical y trompetista principal, de esta manera adaptaron el Jazz para convertirlo en swing, mientras la música cubana ganaba aceptación en Los Estados Unidos, y en 1931 una orquesta cubana lanza El Manisero, convirtiéndose en un éxito popular.

Las millonarias ventas pusieron el baile de la rumba de moda en los años 30 haciendo que las orquestas latinas se vuelvan una atracción en los clubes de baile. La primera revolución musical fue desarrollada por Mario Bauza, con una mezcla de Jazz y ritmos afrocubanos.

Con la llegada de un músico llamado Francisco Raúl Gutiérrez, al que lo apodaban Machito, el cual era un gran cantante y tocaba las maracas de una manera extraordinaria y así fundó la banda Machito y sus Afro Cubans, lo cual fue una gran innovación para esa época, esto hizo que mayor cantidad de latinos viajen a Nueva York en especial cubanos y puertorriqueños, la banda tuvo gran éxito y fue la orquesta del club la conga por tres años atrayendo a los músicos de Jazz más innovadores. (Broadcasting, 2013, pág. 54)

A finales de los años 40 un grupo de congueros llegaron a Nueva York y llegaron a transformar la música popular casi de inmediato, uno de ellos era Cándido Camero, llevando la conga a otro nivel, Mario Bauza trajo recomendado a Chano Pozo para lograr hacer una mezcla incluyendo la conga en su orquesta, logrando un éxito logrando crear el Jazz afrocubano, un año más tarde Chano muere dejando ese legado para la música y dando origen a un ritmo conocido como mambo y teniendo una acogida internacional.

La Primera Pieza llamada mambo fue escrita por Orestes López a finales de los años 30 junto con su hermano Israel López conocido como “Cachao”, en su búsqueda por amenizar un ritmo de baile de salón cubano llamado danzón. El cual fue adoptado por varios compositores y arreglistas cubanos incluyendo uno que había trabajado con Mario Bauza y Machito ahí llega el término “se salsea” es decir mezclan géneros e instrumentos.

“Tito Rodríguez uno de los mejores en el mambo, procedente de Puerto Rico logró también convertirse en un éxito dirigiendo su propia orquesta en los años 50, teniendo gran cantidad de admiradores, también fue conocido por sus boleros románticos.” (Broadcasting, 2013, pág.65)

Luego surge Tito Puente un gran interprete apasionado del swing, encontrando trabajo en las bandas latinas locales tocando los timbales siendo el aprendiz de Mario Bauza, combatió en la segunda guerra mundial, tocaba para entretener a los militares para fines de los años cuarenta ya tuvo su propia banda. Tito Puente fue reconocido por Mario Bauza por ser el que brindó el mayor aporte para música afrocubana.

The Big Three fue una de las bandas que luchaban por el protagonismo en el barrio de Nueva York, en ese entonces una pareja bailaba dando un espectáculo mientras la orquesta tocaba siendo este un show increíble y con una gran acogida en Nueva York y en distintas partes del mundo. Este género musical lo que hizo fue unir a las culturas y la pista de baile un punto de encuentro y así generó integración, lo que permitía a las personas vivir pacíficamente.

Luego se generaron más espectáculos de baile y las primeras competencias, se formaron varias parejas de baile y junto con las orquestas fueron mejorando estilos y técnicas e incursionando giros y acrobacias, haciendo que varias parejas hagan de esta actividad carrera, siendo las de mayor acogida las que mezclaban chicas blancas con hombres de color.

Años más tarde nace el cha cha cha siendo éste más sencillo, más lento y más marcado siendo de gran acogida por los jóvenes y amplió el atractivo de la música latina, y se crea el programa I love Lucy con el cantante y director de orquesta cubano Deci Arnáz y su esposa Lucy Bol, antes del lanzamiento tuvieron que convencer a los productores que el mundo estaba listo para un matrimonio entre un cubano y una americana y la primera sintonía aprobó que tenían la razón pero no duro mucho la tendencia debido a que Fidel Castro tomó el poder y así la fuente musical se cortó debido a que se cerraron las puertas y que la música afrocubana se convirtió en música de revolución ante Fidel Castro y los comunistas.

Debido a estas complicaciones surge el rock and roll con sus máximos exponentes The Beatles en los sesentas logra un éxito rotundo al llenar

estadio y coliseos, pero aunque parezca increíble esta música tenía influencias latinas en sus ritmos y los ritmos latinos desaparecen por un pequeño lapso de tiempo dejando su huella y siendo la semilla del rock and roll. (Broadcasting, 2013, pág. 78)

### **1.01.02. La Revolución de la Salsa**

Para ello ya existían más de medio millón de latinos en New York, la mayoría puertorriqueños de una cultura post guerra la cual transformaría la cultura estadounidense. Los puertorriqueños nacidos en Nueva York se los denominaba Ney York Ricans y las Salsa sería su emblema.

El Primer paso lo Darían lejos de las Big Bands de los cincuentas, cansados de los tradicionales ritmos afrocubanos y del rock and roll, y los músicos del barrio no tardaron en sacar su propia versión de rock and roll, y blues y lo llamaron Boogaloo Latino con una fusión de ritmos latinos tradicionales y los sonidos de una nueva generación, agregando una lista de éxitos. El Boogaloo Latino abriría las puertas al líder musical, el trombonista Willie Colón que estaría en el centro de la revolución de la Salsa de los setentas.

En 1967 Willie Colón fue contratado por una disquera local, con la condición que tocara para un nuevo cantante principal de Puerto Rico llamado Héctor Lavoe y trabajaron juntos por caso ocho años con su primer disco “El malo” logró éxito en el barrio, siendo este un pequeño impulso para nueva disquera Fania Records con su fundador Johnny Pacheco, el cual ganaba dinero con el Boogaloo, pero no disfrutaba mucho la tendencia.

Johnny Pacheco ganó experiencia de joven tocando para las bandas en los cincuentas, a partir de los sesentas inspirado en la música cubana dirigió su grupo con flautas y violines y a pesar del éxito pensó que no recibiría lo justo por derechos de autor y fundó su propio sello entregando él mismo los discos y para afianzar el sello Pacheco se unió con un abogado italoamericano y ex policía de NY llamado Jerry Masucci y combinando el Boogaloo con el estilo cubano y sus ritmos más antiguos. Fania buscaba atraer a una nueva generación de latinos que estaban en busca de una identidad, llegando a ser como una máquina de auto promoción, de una manera tan natural debido a como se llevaba este arte.

La música de Willie Colón se alejó del Boogaloo latino hacia un sonido más latino que aprovechaba el talento de las voces de los cantantes y después de tantos años de trabajo lograron desarrollar una química maravillosa con una combinación increíble entre lo del barrio y el folclor de Puerto Rico, también ayudaban los viajes que realizaba Willie Colón a la isla. Y en los setentas el creciente orgullo puertorriqueño de Colón le dio otro cambio a la música mezclando tradiciones folclóricas de la isla a su música ayudando a crear el disco más grande de todo el Fania vendiéndose tanto en Nueva York como en puerto rico afianzando el sello en Sudamérica

Cuando hacían una gira por panamá Lavoe y Colón causaron una profunda impresión en un joven músico, que llevaría la salsa en una dirección totalmente nueva. A principios de los 70s Fania se disparó luego de un concierto en una pista de patinaje en Manhattan juntando a sus mejores músicos para crear a las estrellas de Fania dirigidos por Johnny Pacheco y lograron ser lo mejor de la música latina de New York y esa fue la noche más

extraordinaria en la historia de la música bautizada como el nacimiento de la Salsa.

Fania se desarrolló con muchos éxitos y sus músicos, más tarde llegó Larry Harlow un intérprete de la música clásica el cual se convirtió en un músico y productor fundamental de Fania debido al interés en la música latina que desarrolló de joven generando otra cadena de éxitos para la disquera y haciendo que la salsa explote en Nueva York.

Fania All Stars logra su segundo impacto llenando por completo el estadio de los Yankeys presentándose con todas sus estrellas y logrando una filmación con más de 40 000 personas la noche fue un éxito rotundo hasta el instante en el que las personas llenas de emoción subieron al escenario y tomaron los equipos pero un año más tarde lograron el mismo éxito en taquilla pero esta vez fue Héctor Lavoe el dueño del escenario en Puerto Rico. Y en el mismo concierto debuta la gema cubana Celia Cruz generando otro impacto con su ritmo, su voz y su carisma.

Finalmente se lanza una película de salsa pero no tiene el éxito esperado pero Fania empezó a tener éxito fuera de Nueva York. Para mediados de los setentas los Fania ya estaban de gira por el mundo. Lograron más negocios en Sudamérica que los Rolling Stones llegando a ligares como a Japón y África causando sensación.

En uno de los mejores momentos de Fania se une Rubén Blades pero no del modo en el que él quería debido a que lo rechazaron como músico y tomó el trabajo de mensajero, hasta que en 1977 logra grabar su primer disco y

---

aportando a Fania letras más sofisticadas al sello y Colón realizó las filmaciones. (Broadcasting, 2013, pág. 120)

Fania no era solo un sello también era un movimiento que promocionaba a los mejores exponentes de la salsa y del género cubano que logró muchos éxitos y enamoró más de un corazón siendo importante en la historia de este género musical.

### **1.01.03. Historia de la Danza**

Se dice que la danza es la más antigua de las artes debido a que en la prehistoria el ser humano la practicaba como medio de celebración o en los rituales religiosos.

Los hallazgos de pinturas rupestres en la parte de España y Francia son una gran evidencia de figuras danzantes asociadas con ritos y escenas de caza y debido a su antigüedad de más de 10 000 años nos da la idea de la importancia de la danza para los seres humanos.

En el antiguo se ejecutaban danzas ceremoniales en honor al Dios Osiris, las cuales fueron instituidas por faraones donde representaban muerte y reencarnación de dicha deidad, haciéndose cada vez más compleja a tal punto de ser solo ejecutadas por profesionales en el tema.

También en honor al Dios de la embriaguez, llamado Dionisos grupos de mujeres iban de noche a las montañas y por efectos del vino celebraban orgías con danzas extáticas, las cuales incluían música y distintas figuras de la mitología representados por actores y bailarines altamente entrenados.

En la comunidad romana la danza no era bien vista debido a la controversia que generada debido a la sexualidad y el conflicto que generaba y por esta razón fue siendo descartada de esta cultura.

Hasta llegar al renacimiento donde se realiza un estudio completo de la danza y las cortes de Italia Francia se convierten en centros de innovación y desarrollo de la misma donde contaban con músicos, profesores de danza que generaban grandes danzas a gran escala, obras y proliferación de celebraciones, haciendo de la danza un amplio objeto de estudio. (Brijandez, 2018, pág 34)

#### **1.01.04. Orígenes del baile de la salsa**

La salsa es un estilo de baile tropical que tiene sus raíces africanas, cubanas, caribeñas, sur y norte de América, llamado así por la mezcla de pasos de géneros afrocubanos y tropicales junto con el blues y el jazz.

Todo comenzó en África con el origen de la conga que era cuero sobre madera durante la época de la esclavitud, donde se traficaba a los esclavos en el caribe y se trajo esta disciplina como rumba donde se veneraba a los Dioses de su religión, luego los esclavos fueron forzados a cambiarse al cristianismo manteniendo sus bailes y música pero con cambiando los nombres a lo que se referían a sus Dioses, en Cuba esta música se mezcló con el baile del danzón, la cual era una mezcla de danza criolla con danza europea, dando paso al son cubano y al nacimiento de la clave como el instrumento más importante de la música latina, con le llegada de la radio a Cuba nace la popularidad de los ritmos afrocubanos en Estados Unidos, y bajo el nombre de rumba nacen las primeras presentaciones de baile en los diferentes salones de baile, mientras

que en Cuba el danzón bailado en pareja era difundido como el ritmo más bailado en todos los salones pero cuando se empezó a tornar monótono le fueron adecuando para que genere más alegría así la mezcla de diferentes ritmos como el mambo, el cha cha cha, la pachanga hasta llegar al zongo y luego a la timba.

Se le denomina al teatro Palladium y al mambo como los padres de la salsa, pero este género tenía pasos abiertos y los bailarines bailaban en diferentes tiempos musicales, y los bailarines llevaban diferentes estilos a las presentaciones, luego nace el Rey del Mambo Eddy torres el cual le da un sentido más artístico y más técnico al mambo generando pasos y tiempos musicales.

En 1980 Eddy Torres formaliza el mambo y crea una lista de movimientos con nombres propios creándose el nombre Salsa, término que ha sido reconocido internacionalmente para referirse al estilo de música afrocubano al igual que en Estados Unidos pasando de ser un baile de barrio a convertirse en una disciplina con técnica y escuelas de baile donde la enseñen, enfatizando la técnica de giros y de pasos con sabor donde denoten la alegría que se genera en música, lo cual lo hace más comercial y por ende conocido a nivel mundial. (Benitez, 2012, pág.26)

Dentro de mi país la salsa no es considerada un deporte pero existen un sinnúmero de academias donde la bailan y barias competencias a nivel local y nacional donde se ofertan clasificaciones para representar al país en las diferentes partes del mundo, por lo general las personas entran a tomar las pero se maravillan tanto con éste género

que practican arduamente y llegan a pertenecer a los elencos de competencia, aportando mucho a la cultura y al arte dentro de nuestro país.

En el territorio nacional se organizan diferentes eventos y competencias a lo largo del año con el objetivo de demostrar el trabajo de las academias de baile y de los estudiantes al mejorar su técnica mediante mucho esfuerzo, tomando en cuenta que la disciplina es un dura cuando de baile se trata pero uno de los eventos que llama mucho la atención es la “Ruta de la Salsa”.

Este evento se lo realiza dos veces por año y consiste en una chiva que realiza un recorrido por una parte del centro histórico ofreciendo talleres de salsa, shows de baile, para luego pasar por las mejores salsotecas de la ciudad como es el caso de Mambo Café, Lavoe, La Juliana, entre otras. Durante la visita se le ofrece al cliente barra libre de canelazo, bebida propia de nuestra ciudad todo eso por el módico precio de diez dólares americanos.

La “Ruta de la Salsa es un evento que promociona a las diferentes academias de baile, salsotecas de la ciudad y a nuestra ciudad para lo cual la realización de una guía turística informativa completa con toda la información sería una forma más completa de promocionar el evento y aportar con el turismo cultural dentro de la ciudad de Quito.

## 1.02. Justificación

“La ruta de la salsa” es un evento que se realiza cada dos veces por año en el sector centro norte de la ciudad de Quito el cual consiste en un tour de diversión nocturna en el cual se realizarán shows de baile, clases demostrativas y visitas a los lugares donde se baila salsa.

El aporte cultural del presente proyecto beneficiará a todos aquellos que estén relacionados con el baile como dueños de academias de baile, bailarines, dueños de salsotecas y los prestadores de servicios como personal de bares y salsotecas, incluyendo a los organizadores de “La Ruta de la Salsa”, teniendo como resultado el incremento del turismo receptivo cultural.

Con esta nueva propuesta cultural se busca rescatar el verdadero concepto del baile ofreciendo un estilo clásico, de tal manera que la salsa sea vista como un arte, y se muestre sus medios y maneras de practicarla dentro de la ciudad, mejorando así el estilo de vida de las personas y dándoles un enfoque cultural.

Logrando que más personas conozcan la “Ruta de la Salsa” y se sumen al evento, disfrutando de todas las actividades y conozcan las diferentes academias de baile de la ciudad, junto con su aporte a la cultura, salsotecas y personas relacionadas con este maravilloso mundo, debido a la ausencia de una guía que rescate los atractivos culturales y artísticos que promocióne una ruta distinta, para un segmento de la población que guste de eventos culturales artísticos y musicales.

### 1.03. Definición del problema central (Matriz T)

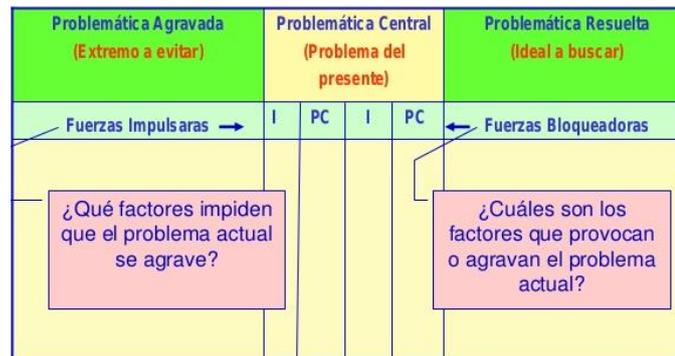


Figura 1 Consulta

Fuente: (Cevallos, 2013)

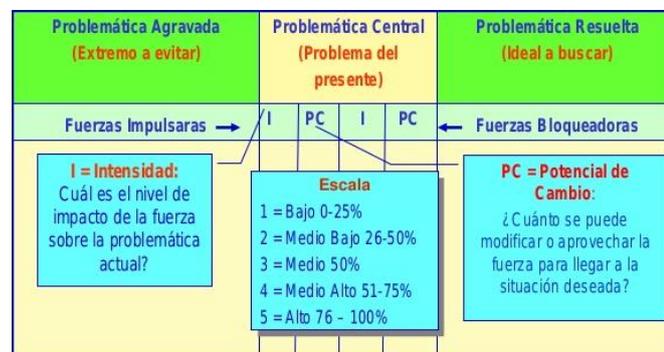


Figura 2 Consulta 2

Fuente: (Cevallos, 2013)

Tabla 1 Escalas

Nombre: Escalas

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

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

#### Análisis:

Esta tabla son las escalas para saber los rangos en la matriz T y poderlos evaluar en los diferentes potenciales de cambio e intensidades los cuales nos dará un mejor criterio y análisis sobre la propuesta que estamos efectuando.

Tabla 2 Matriz T

Nombre: Matriz T

<b>Problema Agravado</b>	<b>Problema central</b>				<b>Problema resuelto</b>
Disminución del turismo cultural en el DMQ	Escasa promoción del eventos cultural “La Ruta de la Salsa”				Incrementar el Turismo cultural en el DMQ
<b>Fuerzas impulsadoras</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>Fuerzas Bloqueadoras</b>
Contar con el apoyo y predisposición de los organizadores del evento	5	5	1	2	Poco apoyo y predisposición de los organizadores del evento
Contar con la información histórica de la salsa y el apoyo de las academias de baile	5	5	4	4	Escasa información histórica de la salsa y apoyo de las academias de baile
Calidad y buen servicio en el evento de salsa.	4	4	2	1	Mal servicio en el evento de salsa.
Capacidad para acoger un gran número de personas del evento de salsa	4	4	2	2	Poca capacidad para acoger personas en el evento de salsa.
Apoyo de las personas	4	3	3	2	Falta de apoyo de las personas

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL

relacionadas con la salsa (entrevistas)					relacionadas con la salsa
---	--	--	--	--	------------------------------

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

El siguiente cuadro se utiliza para medir cada una de las fuerzas con respecto a su intensidad y el poder que tienen para generar o no un cambio en la propuesta, así tenemos la primera que es contar con el apoyo del organizador del evento, es una de las más importantes, ya que al ser una empresa privada no se podría trabajar si no es con su apoyo y autorización.

La siguiente fuerza es fundamental ya que conlleva todos los datos importantes de la investigación como son: historia y evolución de la salsa, información de cada una de las academias de baile de Quito, Salsotecas, y demás lugares donde se practica la salsa. La información es la base de la guía en la que se va a trabajar y de no haberla se tendrá que realizar un estudio más profundo, esto nos tomará más tiempo y hará que realicemos mayor cantidad de trabajo, e incluso viajes.

Otra fuerza importante es la calidad y buen servicio en el evento es tan importante como los anteriores debido a que con la publicidad de boca a boca puede generar que las personas dejen de asistir con un mal producto, en este caso servicio, y por más que se lo promocióne no serviría de mucho si tiene malas referencias

La siguiente fuerza es que el evento en si tenga la capacidad de dar servicio a un gran número de personas, pero no tienen mucha importancia debido a que la capacidad se mide dependiendo de los boletos previamente vendidos, siempre con la intención de brindar un buen servicio.

Otro punto igual de importante es el apoyo de las personas relacionadas con el baile, pero sin él se podría recurrir promocionarla en otros sectores, o libros.

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL

## CAPÍTULO II

### 2.00. Análisis de involucrados

#### 2.01. Mapeo de involucrados

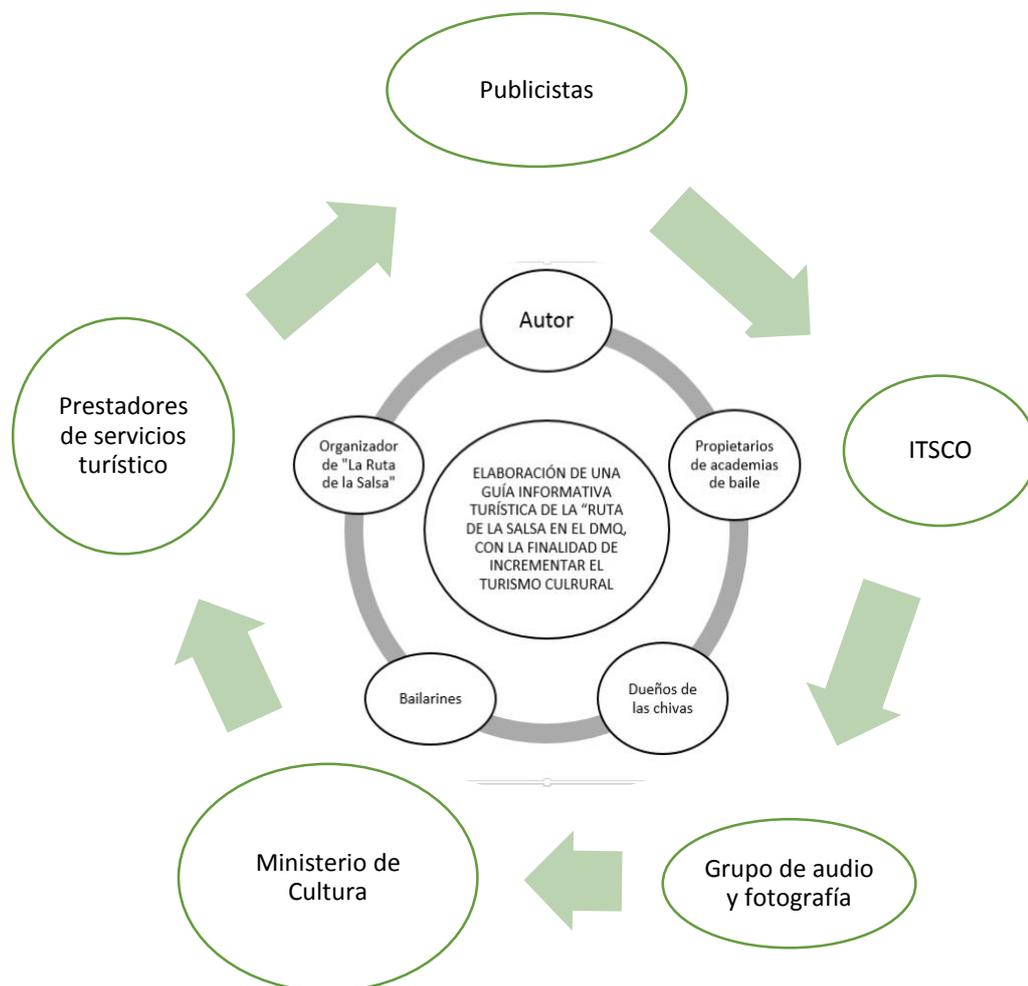


Figura 3 Mapeo de involucrados

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

---

**Análisis:**

En la anterior ilustración se tiene el mapeo de involucrados en la cual en el centro está tema y de forma circular en el primer contorno se coloca los involucrados directos y en el segundo los indirectos teniendo así relación entre todos y el tema pero no de la misma manera.

Para los involucrados directos tenemos primero tanto el organizador del evento como al autor debido a que tenemos casi un beneficio a la misma escala, ya que él mejorará la afluencia en su evento y le dará publicidad a la salsa y academias de baile y el investigador aplicará sus conocimientos en calidad de mejorar un servicio, sin tomar en cuenta que es un requisito para graduarse.

Luego se ubican a los bailarines y dueños de academias, los cuales serán beneficiados con el aumento de sus horas de clase y de sus ingresos debido a que más personas querrán aprender a bailar salsa.

La parte más importante en todo servicio brindado es el cliente, ya que un cliente satisfecho y que nos recomiende es lo que todos los que seguimos esta carrera ansiamos.

Finalmente tenemos a los involucrados indirectos, que si bien es cierto no son de tanta relevancia, sin dejar de lado debido a que también tienen parte del beneficio en la propuesta, como es el caso de fotógrafo, publicista, personal de imprenta, prestadores de servicios turísticos, entre otros los cuales se verán beneficiados eventualmente debido a que solo se los utilizará para el presente proyecto, aunque algunos de ellos podrían reincidir si la idea es buena y los organizadores los contrataran para hacer publicaciones con más frecuencia, es decir dependen de cómo se desempeñen en el presente proyecto.

Tabla 3 Involucrados

Nombre: Involucrados

<b>Beneficiarios</b>	<b>Directo</b>	<b>Indirecto</b>	<b>%</b>
Organizador del evento	X		30
Autor	X		20
Dueños de academias	X		10
Bailarines	X		10
Patrocinadores	X		10
Publicista		X	5
Prestadores de servicio		X	5
Fotógrafo		X	2
Personal de Imprenta		X	3
Ministerio de Turismo		X	5
<b>Total:</b>			100

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

En la siguiente tabla se puede apreciar a los involucrados con sus diferentes porcentajes según como se relacionen con la propuesta, los más altos deben ser el organizador del evento y el autor debido a que con un buen trabajo se generará una buena publicidad para la “Ruta de la Salsa” y que las personas conozcan esta manifestación cultural dentro de la ciudad. Por otro lado el autor no solo mejorará sus conocimientos realizando el estudio sino que también ganará experiencia para futuros trabajos.

Los propietarios de academias, bailarines y patrocinadores los cuales con la guía conseguirán dar más clases como se dijo anteriormente en el caso de los dueños de academia aumentarán los cursos y sus elencos de baile y los patrocinadores tendrán publicidad de los productos que vendan, posicionándose en el mercado.

Más abajo se encuentran colocados todos los proveedores y personal de servicio los cuales nos ayudarán en la edición de la guía y serán tomados en cuenta para las futuras ediciones de “La ruta de la salsa”.

Tabla 4 *Invo C*

Nombre: Invo C

<b>Actores</b>	<b>Intereses sobre el problema central</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Recursos mandatos y Capacidades</b>	<b>Intereses Sobre el Proyecto</b>	<b>Conflictos potenciales</b>
Organizador del evento	Colaboración para solución del problema central	-Falta de planificación - Mala administración	-Contratación  -Registro Turístico, Resolución de la alcaldía A012, ordenanza 236	Aumento de clientes	Malas referencias del evento
Autor	Solución del Problema central	Falencias en la elaboración de proyectos	-Carta de auspicio. -Aprobación de Proyecto de titulación	Realizar un buen proyecto	-Errores en el proyecto
Dueño de academia de baile	Cooperación con la información necesaria	Falta de material bibliográfico	1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014	Mejorar la oferta de sus cursos	Mal servicio
Bailarines	Tiempo disponible para clases demostrativas	Falta de material bibliográfico	-Títulos de bailarines profesionales o amateurs.	Darle más trabajo	Clases mal preparadas
Patrocinadores	Colaboración con el proyecto	No reconocer la publicidad que se le brinda	-Convenios por escrito y firmados	Incrementar sus ventas	Que la publicidad no llegue al cliente
Prestador de servicio	Aumento de plazas de empleo	Incompetencia	-Registro Turístico, Resolución de la alcaldía	Mejorar sus ganancias y posibilidades de empleo	Falta de capacitaciones

			A012, ordenanza 236 -1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22- VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014		
Publicista	-Buena edición de la guía	-Demora	-Software de calidad y buena edición	Presentar una guía de calidad	mala estructura de la guía
Grupo de audio y video	Toma de buenas fotografías	Incumplimiento	-Cámaras full HD	Guía con muy buenas fotos	Mala calidad de equipos
Dueños de las chivas	-Vehículos en buen estado	-Impuntualidad -Capacidad	-Licencias profesionales	-Buen servicio	-Mal servicio
Ministerio de Cultura	Aprobación del proyecto	Costos	-Permisos para trabajar en el Centro Histórico	Aumentar turismo cultural	Falta de apoyo

**Elaborado por:** Sr Juan Carlos Muzo

**Fuente:** (Agencia Nacional de Regulación y Control y Vigilancia Sanitaria, 2014)

## CAPÍTULO III

### 3.00. Problemas y Objetivos

#### 3.01. Árbol de Problemas

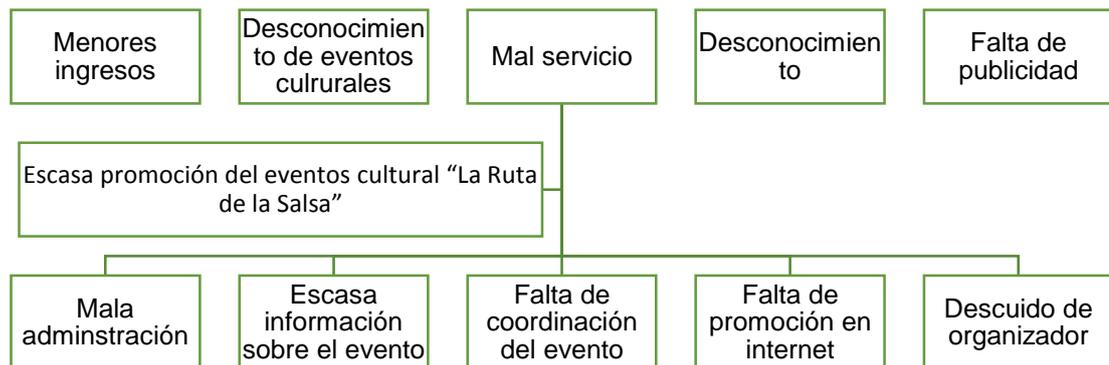


Figura 4 Árbol de problemas

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

En siguiente ilustración tenemos lo que es el árbol de problemas, el cual nos ayuda a mediante el problema principal determinar causas y efectos determinando así más problemas y dándole oportunidad de mejorar estas falencias que nos ayudarán a darle solución al problema central convirtiéndose en objetivos y finalmente en actividades que se las planificará según el cronograma.

Para las causas tenemos mala administración, escasa información, falta de coordinación, falta de promoción y descuido por parte del organizador, pero todo se basa en la primera, ya que le cabeza de compañía es el que debe poner orden en el equipo caso contrario todos fracasarán.

Y finalmente los efectos de cada uno que son: Menores ingresos, mal servicio, desconocimiento no solo del evento sino que también uso de redes sociales hasta terminar con la falta de publicidad lo que ha terminado con varios negocios.

### 3.02. Árbol de Objetivos,

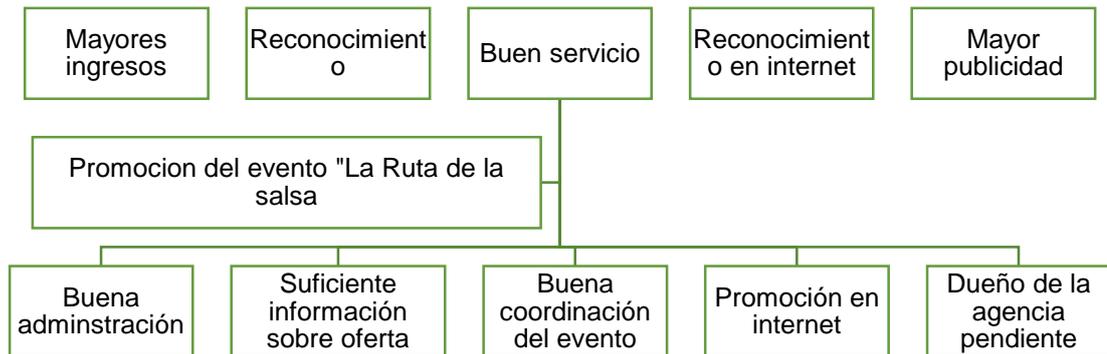


Figura 5 Árbol de objetivos

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

Luego de verificar cada uno de los problemas lo que se hace es convertir cada uno en positivo pasando así de ser problemas a ser objetivos dándole nombre a nuestro árbol, con estos objetivos se facilitará el sacar cada una de las actividades, ya que ellos le darán fin a la problemática.

En el cuadro se quiere conseguir cosas tales como: buena administración, generar información suficiente y real, coordinar bien el evento, promoción del evento y que el organizador esté pendiente de cada una de las cosas que suceden y así mismo comunique todo a tiempo a sus empleados para evitar malos entendidos o problemas futuros.

Esto generará mayores ingresos, reconocimiento, buen servicio, reconocimiento en el internet, y mayor publicidad, todas estas cosas van de la mano pero siempre tratando de mejorar el servicio para hacer lazos con el cliente y los empleados por ello hay que garantizar su bienestar, ya que los empleados se encargarán de cuidar a nuestros clientes y según eso recomendarán la ruta con sus amigos, colegas, familiares y demás.

## CAPÍTULO IV

### 4.00. Análisis de Alternativas

#### 4.01. Matriz de análisis de alternativas

Tabla 5 Escalas 2

Nombre: Escalas

<b>1-5</b>	Bajo
<b>6-11</b>	Medio bajo
<b>12-17</b>	Medio Alto
<b>18 ≤ X</b>	Alto

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

También se utilizará la tabla de capítulo 1 Escalas

Análisis:

Para el siguiente cuadro se realizará el análisis de alternativas, para el cual se colocan los fines y se les da valores numéricos dependiendo de sus impactos y factibilidades para medir categorías y verificar que son actividades que se deben hacer y con qué urgencia para darle solución a los problemas del evento “La ruta de la Salsa”.

Como primera actividad importante tenemos la promoción del evento mediante la guía ilustrada, la cual presenta una categoría alta debido a que su impacto financiero, técnico e importancia en el tema tiene los más altos puntajes dejando de lado a la factibilidad política.

Tabla 6 *Análisis de Alternativas*

Nombre: Análisis de Alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Promocionar el evento por medio de la Guía informativa	5	5	5	3	1	19	Alto
Generar información suficiente para el Público	5	5	4	5	1	20	Alto
Incentivar a las personas a practicar el baile	3	4	4	5	1	17	Medio Alto
Dar a conocer las diferentes academias de baile de la ciudad	5	5	5	5	1	21	Alto
Informar sobre salsotecas y clubes de baile en la ciudad	4	4	3	1	1	13	Medio Alto
<b>Total</b>	22	23	21	19	5	x	

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

#### 4.02. Matriz de análisis de impactos de objetivos

Tabla 7 Impactos de objetivos

Nombre: Impactos de objetivos

Objetivos	Factibilidad de lograrse (4= alta, 2= media, 1= baja)	Impacto de Género (4= alta, 2= media, 1= baja)	Factibilidad social (4= alta, 2= media, 1= baja)	Relevancia (4= alta, 2= media, 1= baja)	Sostenibilidad	Total
Promocionar el evento por medio de la Guía informativa	Aumento del turismo cultural	Aumento de turismo de todo género	Mayores ingresos para organizadores	Promoción del evento	Capaz de sostenerse hasta el 2019	22-32 baja  33-44 media baja
Generar información suficiente para el Público	Un archivo completo de información	Información de todas las actividades del evento	Mejor servicio	Clientes contentos	Popularidad del evento	45-65 Media alta  67-88 alta
Incentivar a las personas a practicar el baile	Mayor número de personas que bailen	Bailarines de todo género	Personas recomiendan academias de baile	Enriquecimiento de la cultura	Academias de baile reconocidas por su trabajo	
Dar a conocer las diferentes academias de baile de la ciudad	Incrementar los clientes para academias de baile	Academias abiertas para todo el público	Las personas hablarán y darán sus referencias sobre las diferentes academias de baile	Academias de baile mejor reconocidas y recomendadas	Academias de baile afianzadas en el mercado	
Informar sobre salsotecas y club de baile en la ciudad	Salsotecas y clubes de baile con mayores ingresos	Salsotecas y clubes de baile abiertos para todo el público	Salsotecas y clubes de baile reconocidas por la calidad del arte que se presenta en ellas	Mejor información sobre lo que es baile	Salsotecas y clubes de baile afianzados en el mercado.	
<b>Aumento de clientes</b>	20	6	20	20	16	82

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

#### 4.03. Diagrama de Estrategias

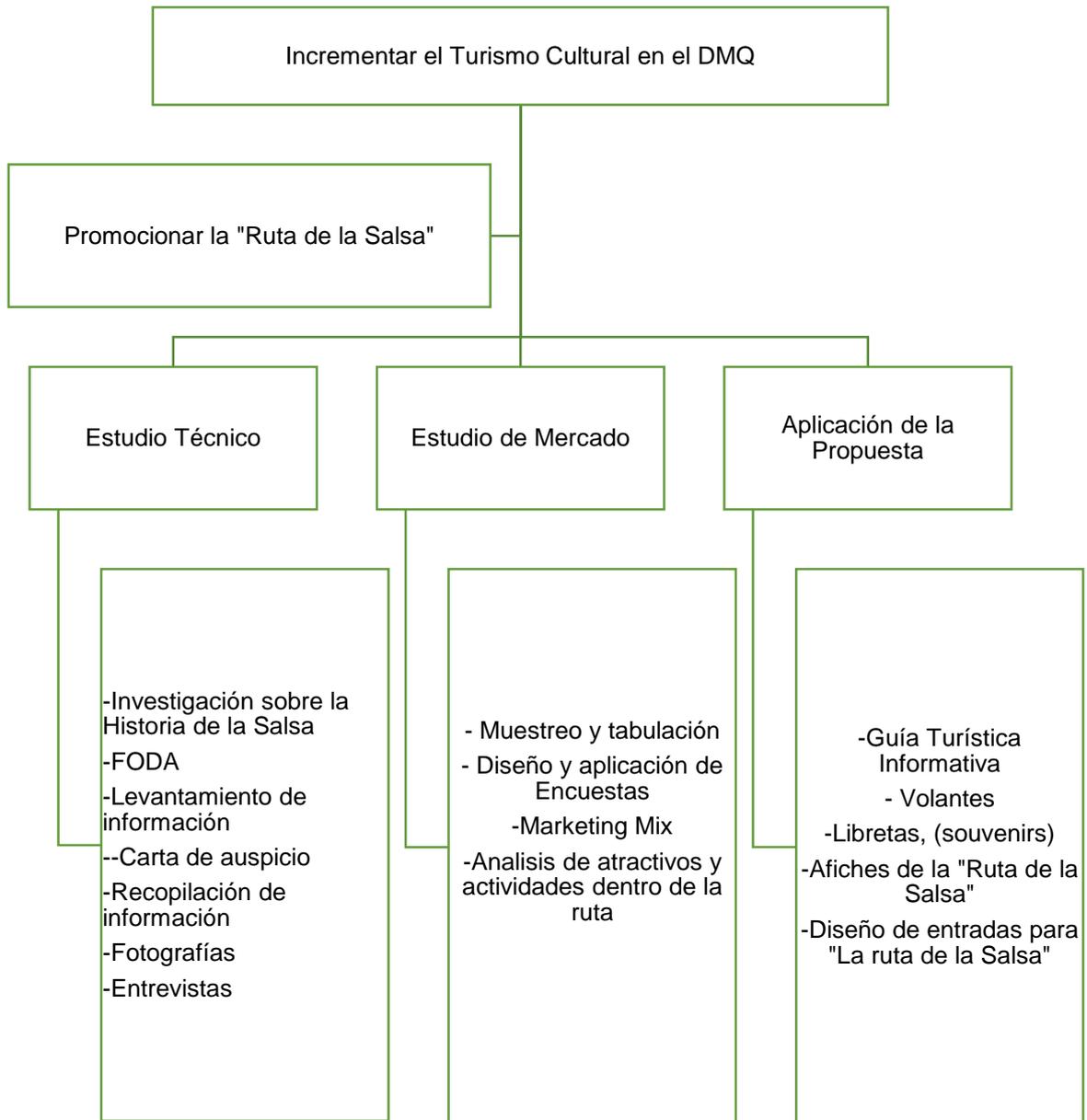


Figura 6 Diagrama de Estrategias

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

#### 4.04. Matriz de marco lógico

Tabla 8 *Marco lógico*

Nombre: Marco lógico

Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Promocionar “La Ruta de la Salsa”	-Aumento de trabajo en el evento -aumento de paquetes vendidos	-Facturas -Estadísticas -Recibos	Generar un evento reconocido a nivel nacional que tenga acogida del público nacional y extranjero
Promoción de las diferentes academias participantes	-Aumento de clientes - Reconocimiento	-Facturas -Listados de alumnos -Listados de competidores	
<b>Componentes</b>			
Promoción del evento mediante la guía informativa	- Más personas conocen el evento	-Informes -Controles	Aplicación de mis conocimientos para darle una buena promoción al evento
Generar información suficiente para el público	-Clientes bien informados sobre el evento	-Artículos de la guía	
Incentivar a las personas a practicar el baile	- Academias de baile con más demanda	-Registros -Controles	
Dar a conocer las diferentes academias de baile de la ciudad	-Reconocimiento de las academias	-visitas	
Informar sobre salsotecas y clubes de baile en la ciudad	- Mayor número de visitas a estos lugares	-Informes - Registros	
<b>Actividades</b>			
Fotografías	\$ 80	-Facturas -Proformas -Recibos	Promocionar “La Ruta de la Salsa” mediante una guía informativa turística
Levantamiento de información	\$ 50		
Estructuración de la guía	\$ 50		
Impresión de la guía	\$ 20		
Redacción de artículos	\$ 50		
<b>Total</b>	<b>\$ 250</b>		

Elaborado por: Sr. Juan Carlos Muzo

## CAPÍTULO V

### 5.00. PROPUESTA

#### 5.01. Antecedentes de la herramienta de metodología que propone como solución

**Ruta Turística** “Carretera, camino, recorrido o un itinerario que se destaca por sus atractivos, actividades de entretenimiento, o lugares históricos, naturales o emblemáticos de una región.” (Mamani, 2016, pág.123)

**Evento Artístico** “Suceso de importancia el cual se encuentra programado donde se realizan presentaciones de arte entre las cuales tenemos danza, pintura, música, cine, teatro, escultura, entre otras”. (Perez, 2009, pág 05)

**Promocionar** “Es una herramienta del Marketing que tiene como objetivo influir en el público objetivo en favor de un producto o la empresa que lo comercializa.” (Thompson, 2010,pág. 33)

**Publicidad** Una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción que es utilizada por las empresas, para dar a conocer un mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas, entre otros, con la finalidad de atraer al público y generar compradores, seguidores o usuarios. (Thopmsom, 2005,pág. 40)

**Marketing** Es la disciplina dedicada al estudio de los mercados, consumidores y su comportamiento, también analiza la gestión comercial de las empresas, con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades. (Pérez, 2012, pág. 41)

**Guía Turística** Publicación impresa o digital donde se recopila información sobre los atractivos, actividades, y lugares visitados de una ruta turística. (Gardey, 2012,pág. 139)

**Turismo cultural** “El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.” (SECTUR, 2015, pág 20)

**Danza** “Acción o manera de bailar. Se trata de la ejecución de de movimientos al ritmo de la música que permite expresar sentimientos y emociones. Se estima que la danza fue una de las primeas manifestaciones artísticas de la historia de la humanidad. (Pérez J. , 2009, pág. 01)

**shows de baile** espectáculo artístico donde se presenata una coreografía de baile de cualquier género musical con una o varias personas en pista, las cuales llevan trajes o vestimentas propias del género musical que bailan.

**Salsa** “Género musical, producto de la combinación de varios géneros afrocubanos y norteamericanos , desarrollado por latinoamericanos en la ciudad de New York, que presenta las siguientes características: el ritmo que utiliza como base el mismo patrón rítmico del son cubano, y en su melodía presenta un mezcla de razgos cubanos mezclados con jazz y folclor latino.” (Quirarte, 2010,pág. 01)

### 5.01.01. Análisis FODA

Tabla 9 Análisis FODA

<b>Factor Interno</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	Contar con toda la información sobre la ruta mediante los informes previamente realizados y visitas de campo y el apoyo de las diferentes personas relacionadas con el medio.	-Servicio personalizado en la Ruta. -Tiempos de las diferentes actividades. -Falta de relaciones entre academias de baile.
<b>Factor Externo</b>		
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
-Herramientas Tecnológicas -Cantidad grande de personas a las que les gusta la salsa	Mediante la tecnología se puede editar la guía de tal modo que cause un mejor impacto en las personas y al haber un número considerable a las que les gusta la salsa ayudara más a su difusión	Mejorar todo el servicio de la Ruta de la Salsa usando la herramienta tecnológica para informar al personal sobre técnicas de servicio.
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
Poca información sobre la historia de la salsa y atractivos de la ruta	Generar información mediante libros, testimonios, salidas de campo, informes, entre otros	Generando la información correcta sobre el la Ruta y las técnicas de servicio se podría también segmentar el mercado para mejorar las técnicas de atención al cliente.

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

#### Análisis

La falta de información no es un inconveniente debido a que tenemos más fuentes de donde se puede generarla. Y también como marca o sello “La Ruta de la Salsa” tiene aún cosas que mejorar para dar una mejor promoción y venderlo como un servicio de primera logrando así afianzarlo en el mercado como un evento de gran afluencia de turistas.

### 5.01.02. Investigación de Mercado

Es un proceso en el cual se analiza, recopila, identifica y difunde la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones de marketing.

Se la realiza por dos razones:

-Resolver problemas

-Identificar problemas

Es la recopilación, el registro y el análisis sistemático de los datos con respecto a un mercado en particular, donde mercado se refiere a un grupo de clientes específico en un área geográfica específica. (American Marketing Association, 2003, pág.05)

### Marketing Mix

Es un elemento clásico del Marketing, este término fue creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar cuatro componentes básicos: Producto, Precio, distribución y comunicación. Las variables son conocidas como las 4Ps por su traducción en inglés (Product, Price, place and promotion). Las 4Ps pueden considerarse como unas variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales, para ello es necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí. (Espinoza, 2014,pág. 38)

### Producto

El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el

\_\_\_\_\_ medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto  
ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA  
DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL  
TURISMO CULTURAL

el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, el packaging o los servicios posventa. El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos. (Espinoza, 2014, pág 45)

### **Precio**

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si hemos fijado correctamente el precio, puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él.

Establecer correctamente nuestra estrategia de precios no es tarea fácil y tal y como se ha comentado anteriormente, todas las variables, incluido el precio tienen que trabajar conjuntamente y con total coherencia. La variable del precio nos ayuda a posicionar nuestro producto, es por ello que si comercializamos un producto de calidad, fijar un precio alto nos ayudará a reforzar su imagen. (Espinoza, 2014, pág.48)

### **Distribución**

En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial

de cualquier compañía. Es necesario trabajar continuamente para lograr poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado. No hay una única forma de distribuir los productos, sino que dependerá de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles. Dentro del marketing mix, la estrategia de distribución trabaja aspectos como el almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, localización de puntos de venta, procesos de pedidos, etc. (Espinoza, 2014, pág.50)

## Comunicación

Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas. La forma en que se combinen estas herramientas dependerá de nuestro producto, del mercado, del público objetivo, de nuestra competencia y de la estrategia que hayamos definido. (Espinoza, 2014, pág.50)



Figura 7 Comunicación

Fuente (Espinoza, 2014)

---

### 5.01.03. Instrumentos de la investigación

Es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilitará el problema de mercadeo. Los instrumentos están compuestos por escalas de medición. (Moreno, 2013, pág 32)

#### ¿Qué es la encuesta?

Método de investigación en el cual se recopila datos, los cuales se los va a utilizar para obtener información de personas sobre diferentes temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercado porque permite obtener información real directamente de los consumidores. Por ello, es indispensable que los profesionales de la mercadotecnia e investigadores sepan exactamente la definición de encuesta.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio. Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel aunque con la llegada de nuevas tecnologías es más común distribuir las utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico, códigos QR o URLs. (Questionpro, 2012, pág. 53)

#### 5.01.04. Población y Muestra

### Resultados Censo de Población



Figura 8 Población y Muestra

Fuente: INEC

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

#### Análisis

En el presente proyecto el universo será la cantidad de habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, para realizarle encuestas sobre cuanto conocen de la salsa y sobre la acogida que tendría el evento de “La Ruta de la Salsa”.

El universo consta de 2 239 191 personas, luego de este número se realizó un muestreo mediante encuestas.

La obtención del muestreo dependerá de la fórmula que se realizará a continuación la cual nos dará el número de encuestas que se deberán realizar para la obtención de datos reales y una encuesta sería que nos confirme que el presente proyecto tiene una visión importante dentro del ámbito cultural.

## ¿Qué es Muestra?

Una representación a pequeña escala de algo que tiene la misma calidad, pero mayor cantidad. Sirve para demostrar que lo que se quiere obtener está bien sin necesidad de comprobar la calidad del producto completo. (General, 2013, pág. 102)

## Fórmula

Equivalencias:

N= Población o universo

Z= Base al nivel de confianza 95%

p= Probabilidad de éxito 50%

q= Probabilidad de fracaso 50%

e= origen error 1%

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

$$\frac{2\,239\,191 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot (1.95)^2}{(2\,239\,191 - 1)(0.05)^2 + 0.5 \cdot 0.5(1.95)^2} = \frac{(559\,797.75)(3.80)}{2\,239\,190(0.25) + 0.25(3.80)}$$

$$\frac{2\,127\,231.45}{559\,79.75 + 0.95} = \frac{2\,127\,231.45}{5598.925} = 379.94$$

### 5.01.05. Análisis de la información

Tabla 10

Edad

Años	Nº	%
<b>18-38</b>	134	33,5
<b>39-59</b>	130	32,5
<b>de 60 en adelante</b>	136	34
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

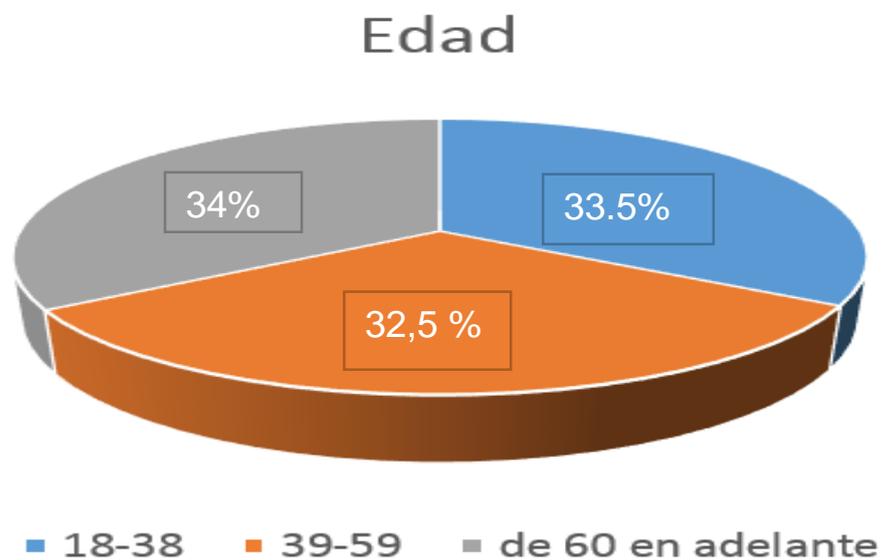


Figura 9

Dato 1

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** Antes de realizar la encuesta se fijó las tasa de edad para dividirlos por segmentos de tal manera que se encuesten partes proporcionales y tener un número promedio en cada edad de entre 136 y 130 personas para poder saber los criterios incluyendo personas de todas las edades y que no solo sea tomado en cuenta un solo grupo o generación.

Tabla 11

Sexo

Género	Nº	%
Masculino	251	62,75
Femenino	149	37,25
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

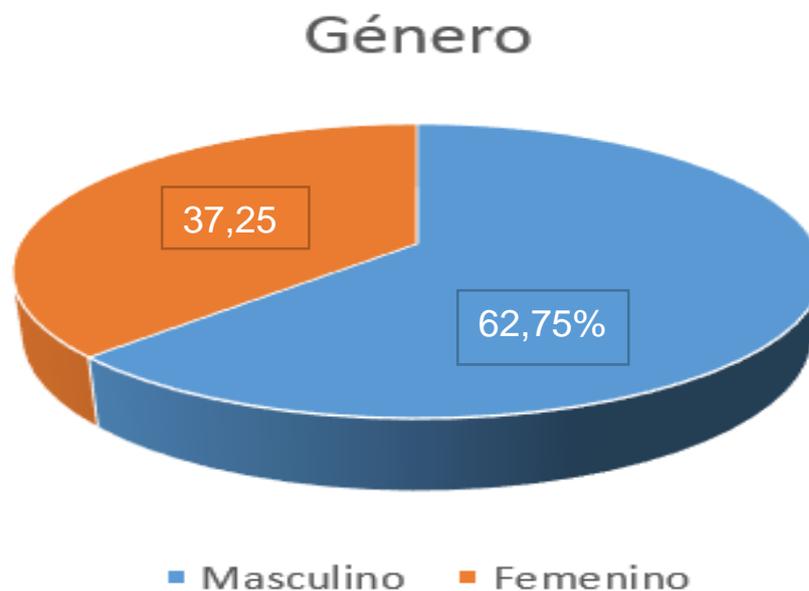


Figura 10 Dato 2

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** Dentro de la muestra se tiene que el género masculino supera en cantidad al femenino, ya que en los datos del INEC existen mayor cantidad de hombres que de mujeres. También esa información es muy favorable debido a que por lo general en una fiesta o reunión donde hay que sacar a bailar se ve a mujeres que muchas de las veces bailan entre ellas así se dirige nuestro estudio un poco más al sexo masculino debido a las falencias en el baile que tenemos.

Tabla 12

## Nacionalidad

Nacionalidad	Nº	%
<b>Nacional</b>	375	93,75
<b>Extranjero</b>	25	6,25
<b>Total</b>	400	100

Elaborado por: Juan Carlos Muza



Figura 11

Dato 3

Elaborado por: Juan Carlos Muza

**Análisis:** Los datos obtenidos de nacionalidad reflejan que dentro del grupo hubo una pequeña porción de personas de otros países los cuales pueden disfrutar de diferentes actividades de nuestro paquete, como es lógico habrá mayor número de nacionalidades nacionales que de extranjeras. La pequeña porción de personas extranjeras era de 25 que equivale al 6,25%, mientras que de los nacionales es de 375 personas que equivale a casi todo el grupo con un 93,75%

Tabla 13

Pregunta 1

Pregunta 1	Nº	%
Sí	125	31,25
No	275	68,75
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

## ¿Conoce Usted "la Ruta de la Salsa"?

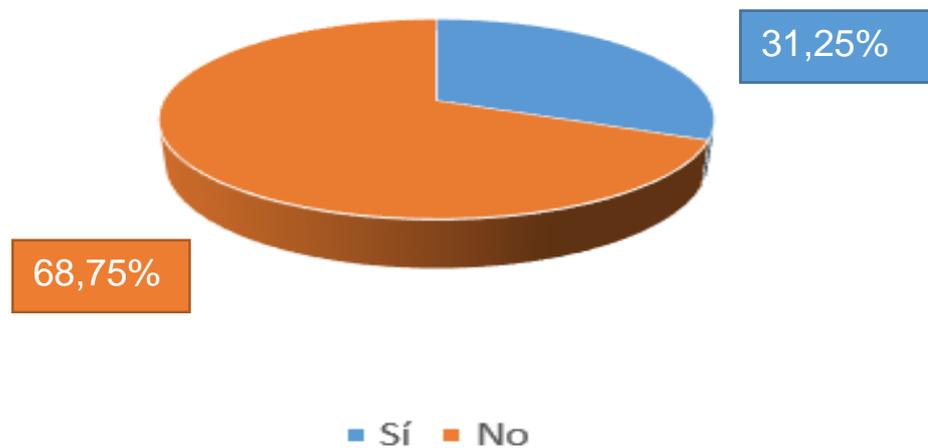


Figura 12

Dato 4

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** En la muestra también se puede comprobar que existe una gran cantidad de personas que no conocen “La Ruta de la Salsa” por tal motivo se constata que al existir el interés por conocer el evento, éste necesita mayor promoción, y así aumenten el número de afluencia de personas. También al informar bien de que se trata se puede lograr mayor interés por parte de las personas a las que les gusta el baile y la salsa.

Tabla 14

## Pregunta 2

Pregunta 2	Nº	%
Urbano	2	0,5
Tropical	317	79,25
Estándar	17	4,25
Latino	64	16
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

### ¿Qué clase de Género cree usted que es la salsa?

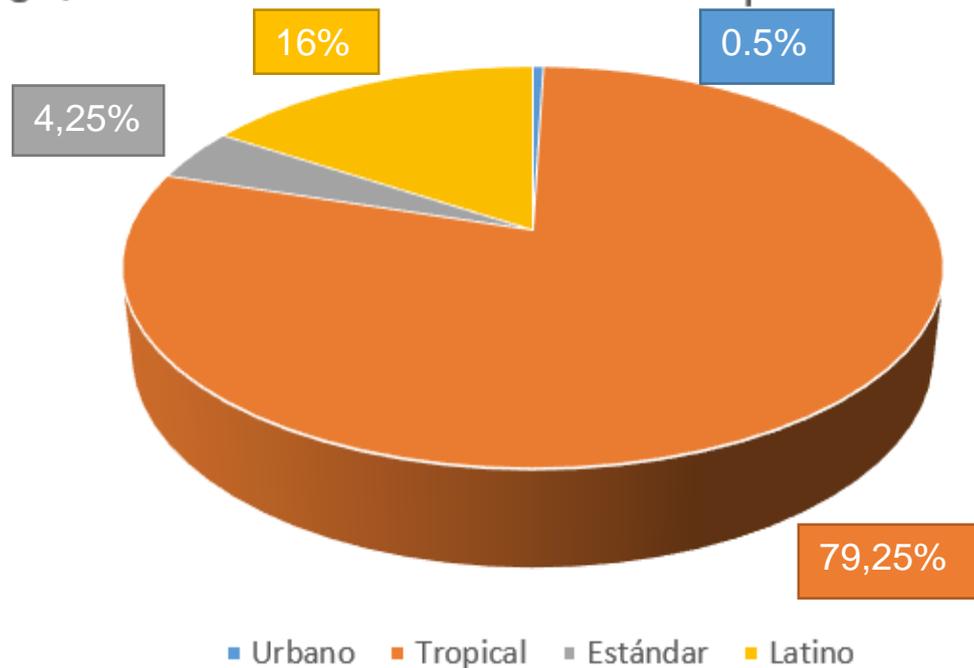


Figura 13

Dato 5

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** En esta pregunta se evidencia que existen muchas personas a las que no solo les gusta el género sino que también lo conocen, y saben que es un género tropical, entonces tenemos que casi todos con un 79% lo tienen claro sin tomar en cuenta si le gusta o no.

Tabla 15

## Pregunta 3

Pregunta 3	Nº	%
1 vez por semana	180	45
2 veces por semana	130	32,5
3 veces x semana	90	22,5
Total	400	100

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

## ¿Con qué frecuencia sale a bailar?

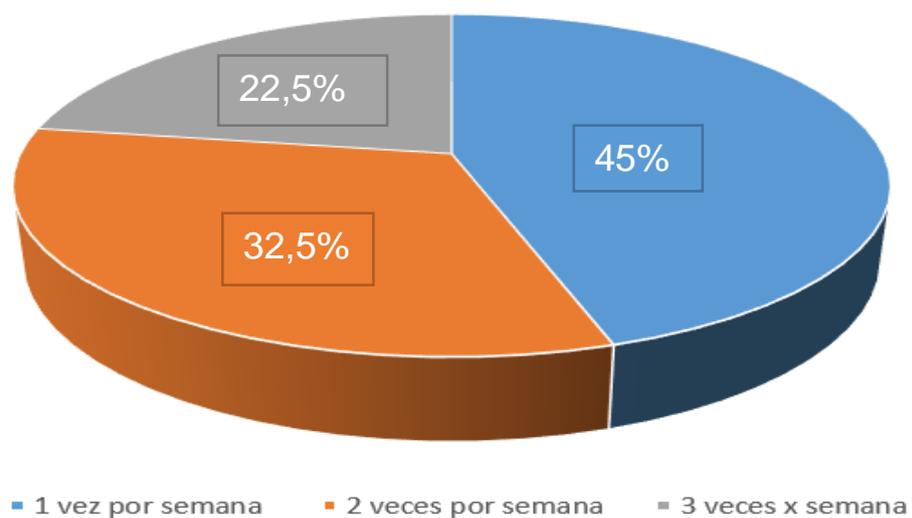


Figura 14

Dato 6

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** En la presente respuesta se puede constatar que todos los encuestados salen a bailar de vez en cuando al menos. Es un número equilibrado, pero a este mercado se le puede sacar provecho tomando en cuenta que todos salen a bailar lo, ya sea en pareja o en grupo. Los valores son: una vez por semana el 45%, dos veces por semana el 32,5% y tres veces por semana el menor valor que es el 22,5%.

Tabla 16

Pregunta 4

Pregunta 4	Nº	%
Sí	289	72,25
No	111	27,75
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

¿Le gusta la salsa ?

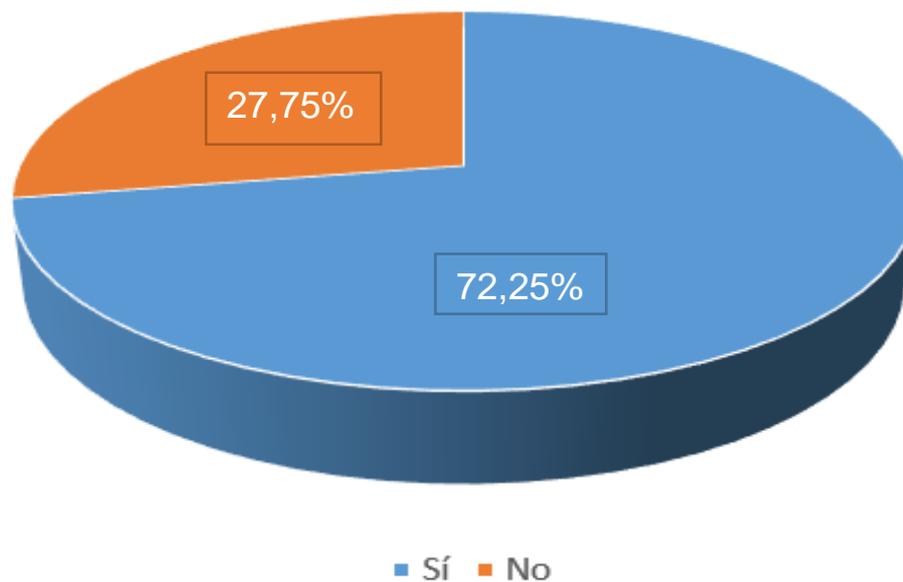


Figura 15

Dato 7

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** Como se observa en la imagen tenemos una gran cantidad a la que le gusta la salsa, lo cual es una fuerza impulsadora más para realizar el presente proyecto, con un 72,25%, lo cual es una cifra bastante significativa, tomando en cuenta que los ritmos urbanos están de moda; mientras a que un 22,75% no le gusta.

Tabla 17

Pregunta 5

Pregunta 5	Nº	%
Sí	113	28,25
No	287	71,75
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Carlos Muza

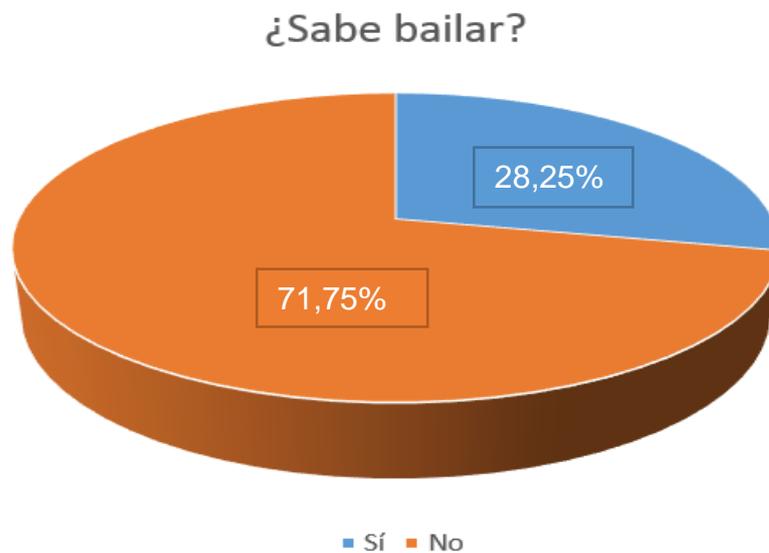


Figura 16

Dato 8

Elaborado por: Juan Carlos Muza

**Análisis:** Como se aprecia en los datos antes mencionados un 71,75% afirma que no sabe bailar, lo cual hace que no frecuenten lugares donde se realice esta actividad o los frecuenten pero no salgan a bailar. Cuando una persona no sabe bailar generalmente se la pasa mal en estos lugares, lo cual tal vez despertaría el interés por tomar horas de clase para aprender y olvidarse de una vez por todas de esas malas experiencias.

Tabla 18

## Pregunta 6

Pregunta 6	Nº	%
Salsa	155	38,75
Merengue	45	11,25
Bachata	36	9
Reggaetón	288	72
Electrónica	16	4
Música nacional	121	30,25
Ballet	25	6,25
Otros	20	5

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

## ¿Qué géneros musicales sabe bailar?

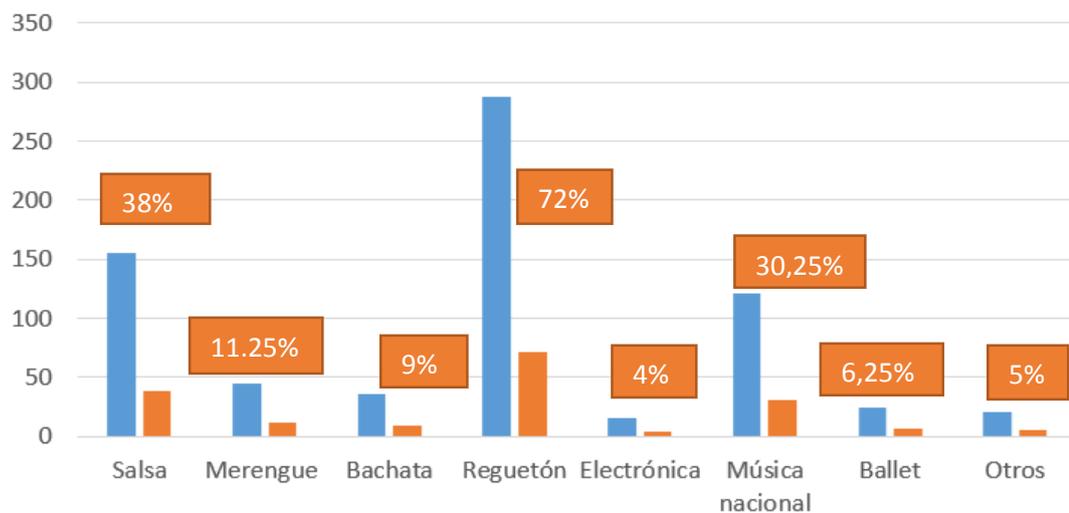


Figura 17

Dato 9

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** Al estar de moda los ritmos urbanos, como es lógico el reggaetón es el ritmo que más dominan con un 72% entre las personas que saben bailar, debido a que es un ritmo que en todas las discotecas del país se lo escucha, seguido de la salsa con un 38,75%.

Tabla 19

## Pregunta 7

Pregunta 7	Nº	%
Sí	113	28,25
No	287	71,75
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Carlos Muza

¿Sabía usted que existen academias donde enseñan a bailar ritmos tropicales como la salsa?

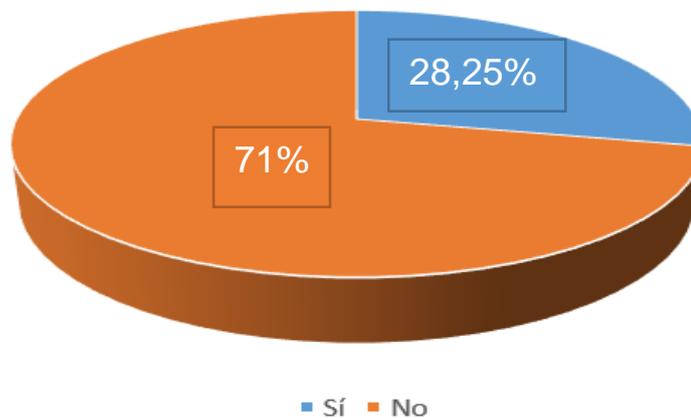


Figura 18

Dato 10

Elaborado por: Juan Carlos Muza

**Análisis:** Gran parte de las personas encuestadas, con un 71,75% desconocen de la existencia de los lugares donde se dan clases de baile y cosas por el estilo debido a la falta de difusión de las mismas. En el presente proyecto se dará a conocer las diferentes academias y las clases que imparten y sus horarios y valores, para disminuir ese porcentaje.

Tabla 20

Pregunta 8

Pregunta 8	Nº	%
Sí	274	68,5
No	126	31,5
Total	400	100

Elaborado por: Juan Carlos Muza

¿Contrataría un tour donde además de tomar clases de salsa visite en una chiva la ciudad y las diferentes salsotecas con shows de baile?

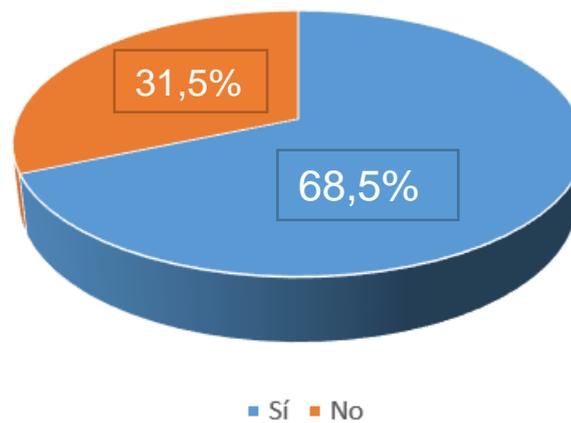


Figura 19

Dato 11

Elaborado por: Juan Carlos Muza

**Análisis:** En el presente gráfico se tiene la aceptación del tour en las personas debido a las actividades que se ofrecen, el si tiene un 68,5%, mientras que el no un 31,5% y de esta manera se evidencia que a pesar de la acogida falta más promoción e información sobre el tema, para que de esta manera parte del grupo que respondió que no cambie de opinión y se anime a experimentarlo.

Tabla 21

## Pregunta 9

Pregunta 9	Nº	%
Familia	45	11,25
Amigos	245	61,25
Pareja	110	27,5
Total	400	100

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

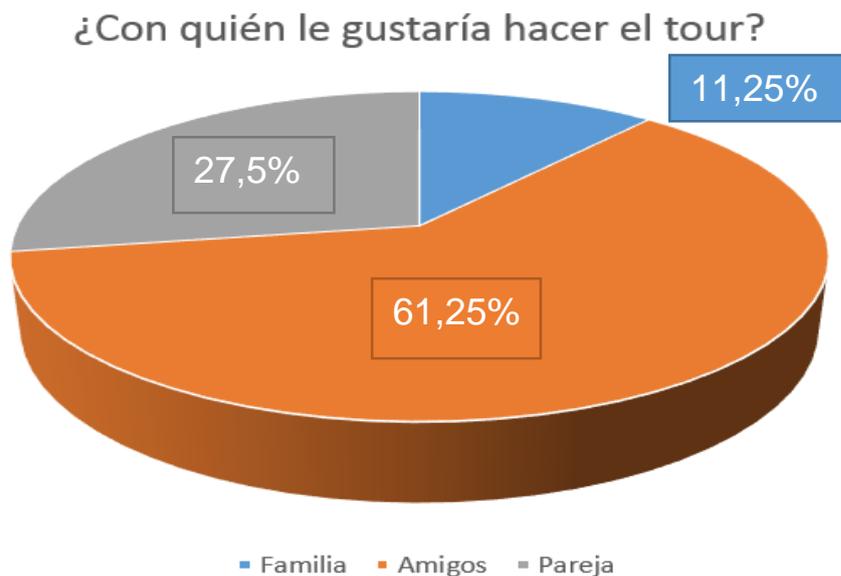


Figura 20

Dato 12

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** Al ser una actividad social se puede ver que las personas encuestadas prefieren ir con amigos, este ítem puntuó con un 61,25% y en segundo lugar quedaron las personas que irían con la pareja con un 27,5% para dejar al final a la familia debido a que es una actividad de entretenimiento nocturno. La Ruta de la Salsa es un tour que se lo puede realizar con familiares, amigos y pareja; siempre y cuando sean mayores de edad.

Tabla 22

Pregunta 10

Pregunta 10	Nº	%
\$10-\$20	255	63,75
\$21-30	89	22,25
\$31-\$45	56	14
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho tour?

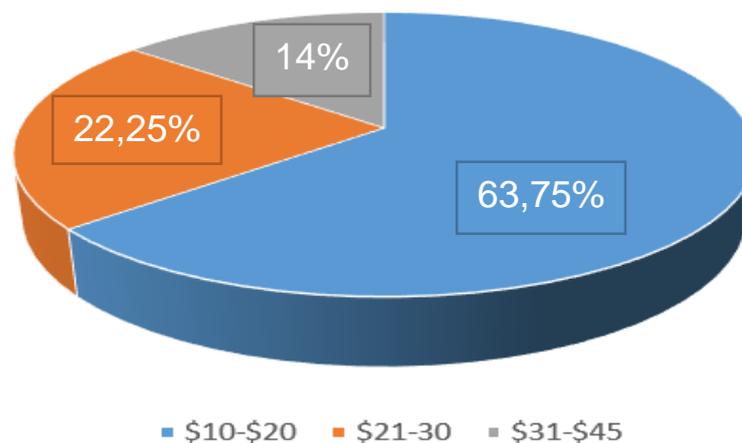


Figura 21

Dato 13

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

**Análisis:** El presente tour es pagado y según los encuestados se evidencia que se maneja un mercado que siempre busca lo más económico y para ello hemos puesto tres rangos donde la gente prefiere pagar entre \$10 y \$20, cuyo porcentaje es de 63,75%, razón por la cual hay que tratar de buscar proveedores que ayuden ajustar ese rango de precio para que así haya afluencia de personas.

Tabla 23

## Pregunta 11

Pregunta 11	Nº	%
Guía ilustrada	255	63,75
Redes sociales	400	100
Radio o tv	189	47,25
Trípticos o volantes	345	86,25

Elaborado por: Juan Carlos Muza

¿Qué medios considera mejores para difundir "La Ruta de la Salsa"?

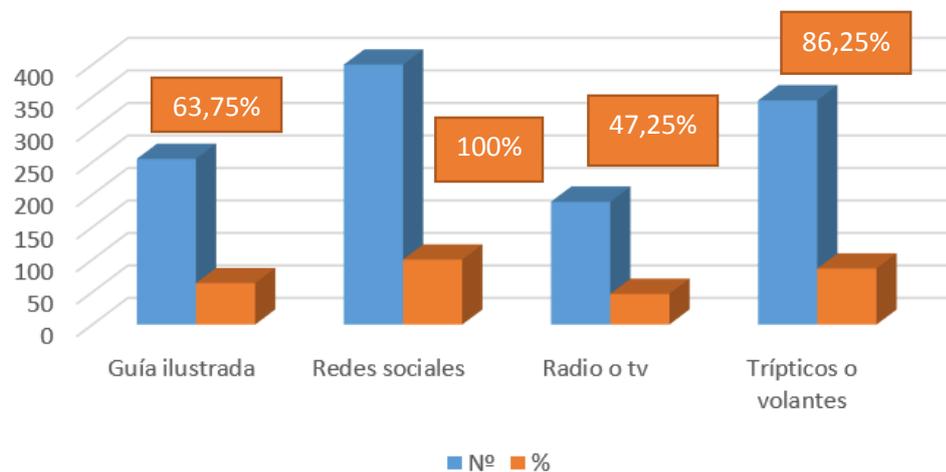


Figura 22

Dato 14

Elaborado por: Juan Carlos Muza

**Análisis:** En este ítem se utilizó una pregunta de múltiple elección donde el encuestado puede elegir una o varias de las respuestas, como es lógico las redes sociales son una de las mejores herramientas para promocionar eventos, productos, noticias, entre otros. Todas las personas afirman que las redes sociales son la mejor de las opciones con un 100%, mientras que nuestra guía se lleva un segundo lugar con un 63,75%, lo cual sigue siendo una buena cifra.

Tabla 24

## Pregunta 12

Pregunta 12	Nº	%
Sí	345	86,25
No	55	13,75
Total	400	100

Elaborado por: Juan Carlos Muza

¿Le interesaría adquirir una guía turística donde hayan eventos de este tipo?

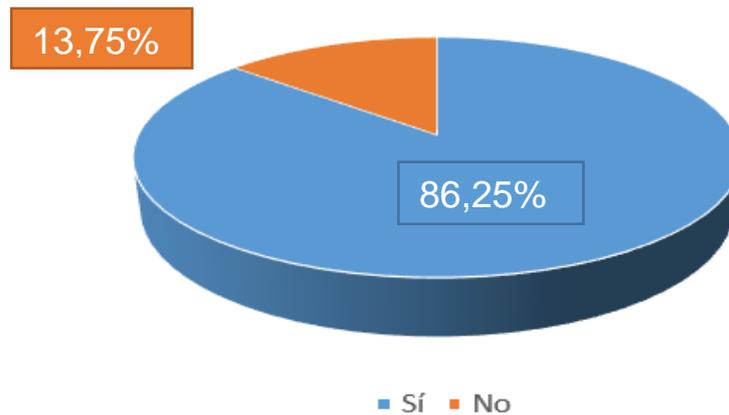


Figura 23

Dato 15

Elaborado por: Juan Carlos Muza

**Análisis:** De igual manera que el evento tuvo acogida también lo tiene la guía turística con un 86, 25%, lo cual da la pauta para hacer de mejor manera el presente proyecto causando impacto en las personas y cumpliendo con los objetivos antes explicados. Habiendo tantas personas interesadas en la guía turística se evidencia que se necesitan más de esta clase de eventos dentro de la ciudad.

Tabla 25

Pregunta 13

Pregunta 13	Nº	%
\$5-\$10	341	85,25
\$11-\$17	48	12
\$18-\$25	11	2,75
<b>Total</b>	400	100

Elaborado por: Juan Carlos Muza

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una guía ilustrada de "La Ruta de la Salsa"?

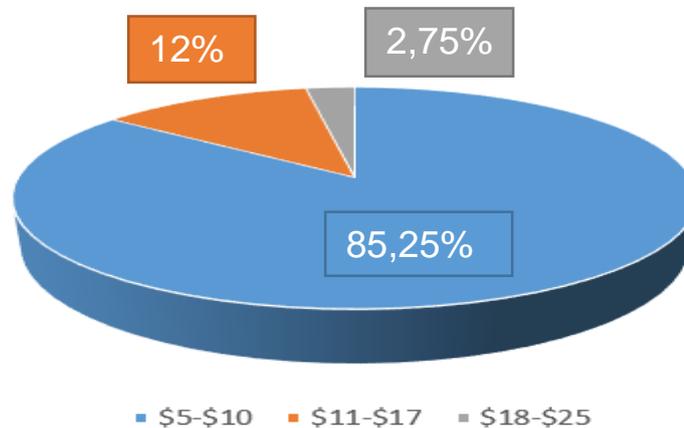


Figura 24

Dato 16

Elaborado por: Juan Carlos Muza

**Análisis:** Al igual que en la pregunta 10 al manejar un mercado que prefiere pagar precios bajos se tendrá en cuenta esto para ajustar la guía al precio de las personas, y de esta manera el cliente se sienta que nos preocupamos por ellos y así la guía quede al alcance de la mayor cantidad de personas posibles generando mayor afluencia de personas y que las mismas personas estén bien informadas.

---

### **5.01.06. Conclusión del Muestreo**

Tomando en cuenta los datos de las personas encuestadas se puede decir que existe interés por parte de las personas en experimentar y vivir el baile, tomar clases y lo más importante ser parte de “La Ruta de la Salsa” debido a las actividades que oferta el evento, no solo en turistas nacionales sino que también a los extranjeros, los cuales se maravillan al ver bailar y al bailar ritmos tropicales.

El tour ofrece una salida de lo cotidiano para realizar una actividad relajante como es el baile también se apreciará shows de baile lo cual dará un mejor tono artístico al evento y se ofrecerá una bebida, y al igual que los turistas extranjeros, los turistas nacionales no tienen la información suficiente sobre el evento o también se da el caso que no la reciben a tiempo.

Es algo extraño ver como las academias de baile no se apoyan entre sí en los diferentes eventos que se realiza pero en la guía se pondrá información de todas y cada una de ellas. Lo cual en cierto modo generará muy pequeños lasos entre ellas.

Para finalizar la Guía turística cuenta para empezar con el apoyo del organizador del evento y también con el público como se revela en las encuestas, lo cual nos dice que existen altas posibilidades en el mercado, el siguiente paso es elaborar un buen producto para causar impacto en las personas y generar mayor afluencia al evento y que las personas conozcan todo acerca del mismo y del trabajo que realizan las academias de baile en el Distrito Metropolitano de Quito.

---

## 5.02. Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)

En el Distrito Metropolitano de Quito cada tres meses se realiza el evento llamado “La Ruta de la Salsa, en el cual se realizan varias actividades que tienen mucha acogida por las personas que conocen y practican la salsa.

El evento es conocido por las personas que toman las clases en las academias de baile pero lo que se quiere lograr es darlo a conocer en toda la ciudad para que sea más visitado.

El Presente proyecto se encarga de dar a conocer toda la información sobre el evento, las actividades que se realizan y sus puntos visitados para de esta manera aumentar la afluencia de turistas, mediante una guía ilustrada que muestre al turista información detallada sobre el evento, las academias donde puede tomar clases y cada una de las actividades que se realicen y artículos históricos sobre la salsa como baile y como género musical.

Junto con el apoyo de todos los dueños de las academias de baile, incluyendo al organizador del evento se junta la información para este emprendimiento y se procede a la edición de la guía. Debido a que ellos conocen el medio son de gran ayuda para enriquecer el conocimiento y dar una mejor información para la guía.

Otro punto importante que iría de la mano es el aporte a la economía de la ciudad. Si el evento tiene más acogida, los ingresos de los dueños de academias aumentarán su número de alumnos debido a que se animarán las personas a aprender a bailar, también generaríamos mayor trabajo a los prestadores de servicios turísticos, y se lo podría ofertar como paquete turístico a las agencias de viaje.

## Guía Turística

### Descripción

- Guía turística informativa ilustrada de 25 páginas con información sobre el evento “La Ruta de la Salsa”, academias de baile, historia de la salsa y entrevistas a bailarines profesionales.
- El material, portada y contraportada en couché de 300gr y hojas internas en couché de 115gr
- Formato de 21x27cm
- Impresión ful color
- Portada y contraportada con laminado brillante
- El terminado de la revista es grapado doble
- Información de “La Ruta de la Salsa, academias de baile” y bailarines de salsa.
- Número de ejemplares: 1000
- Medios de distribución: Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura, agencias de viaje, academias de baile, salsotecas y bares de la ciudad.

### Logotipo de la Guía



Figura 25 Logo Ruta de la Salsa

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

---

**Descripción:**

La chiva fue tomada en cuenta ya que el recorrido se lo realiza en chiva, y con buena música para todos los gustos.

“La Ruta de la Salsa” ya fue una idea del organizador para debido a que se realizan actividades donde se escucha, baila y aprecia shows de salsa. También se debe a que es una ruta turística nocturna.

En los colores se trató de hacer algo llamativo por ello se eligió una señal de tránsito informativa que nos avise con un letrero y una imagen de la chiva, colorida, sobre el evento y al final llevando los colores de nuestro bello país.

**Volantes:****Descripción:**

Son medios publicitarios, en los cuales consta la fecha del evento, la hora y el valor, sobre una hermosa imagen del centro histórico, lugar visitado en la ruta, el cual con su belleza impactará a los posibles compradores del paquete.

- Material: Papel bond
- Tamaño: 15 x 20 cm
- Color: full color
- Información Básica
- Número de volantes: 1000
- Medios de distribución: Agencias de viajes, universidades, plazoletas, centros comerciales.

## Libretas (suvenires)

### Descripción:

Se realizará una libreta con la frase “Yo amo la salsa” en la portada como un recuerdo para los turistas que realizaron el recorrido.

- Material: Papel bond y cartón prensado en la portada
- Tamaño: 15 x 20 cm
- Color: café
- Número de libretas: igual al número de entradas vendidas
- Medios de distribución: “la Ruta de la Salsa”

## Paquete Turístico

### CITY BY NIGHT: “LA RUTA DE LA SALSA”

- Fecha a elección
- Número de pax 44 por chiva
- Valor \$10 incluido IVA

Hora	Actividad
20:00-21:00	Clase demostrativa de salsa y bachata en Dancing Mood estudio de baile donde les esperará la chiva
21:20	Pausa en Bohos Park para que los turistas coman algo
22:00	Salida de la chiva al recorrido por el Centro Histórico
22:30	Clase de salsa choque en el palacio de cristal

---

23:00	Visita a Mambo café (presentación de orquesta de salsa y show de bachata)
24:00	Visita a Salsoteca La Juliana (Show de Tango)
01:00	Retorno a Salsoteca Lavoe (Show de salsa)

Instrucciones:

Que debes llevar:

- Zapatos Cómodos
- Ropa Abrigada

El Paquete Incluye:

- Transporte (Chiva) desde el punto de encuentro: Salsoteca Lavoe a los deferentes puntos
- Entradas a las salsotecas
- Barra libre de canelazo

---

### **5.03. Formulación del proceso de aplicación de la propuesta**

#### **Misión**

Promocionar a turistas nacionales y extranjeros para que visiten “La Ruta de la Salsa”, dando otro enfoque al turismo cultural y relacionándolo con el arte, además de eso motivar a las personas a que aprendan a bailar para que así disfruten de este arte en este caso la salsa.

#### **Visión**

Generar mayor afluencia de personas en “La Ruta de la Salsa” y en las diferentes academias de baile, logrando así hacer del baile una cultura y un nuevo estilo de vida. También se quiere lograr hacer una tradición a la “La Ruta de la Salsa”.

#### **Objetivos**

Obtener la acogida del público mediante una información precisa de tanto en fechas, como en costos, actividades a realizarse y diferentes lugares que se visitarán en la ruta, además de los beneficios.

#### **Estrategias**

Difundir los eventos en redes sociales al igual que la guía turística de tal manera que la tecnología sea una herramienta fundamental como hoy en día lo usan las grandes compañías, también contaremos con entrega de volantes en los diferentes puntos y los recuerdos a las personas que realicen el recorrido.

Guía Turística



Figura 26 Portada GUÍA

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

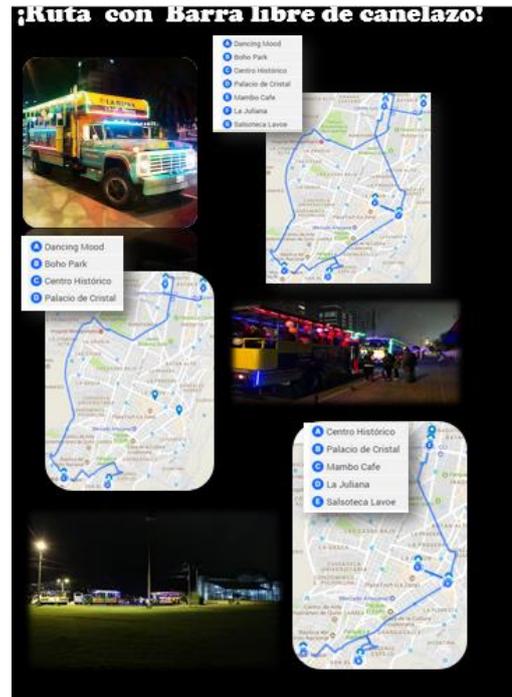


Figura 28 Ruta

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 27 Índice

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 29 Página 3

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 30 Página 4  
Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)  
Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 31 Página 5  
Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)  
Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 32 Página 6  
Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)  
Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 33 Página 7  
Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)  
Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

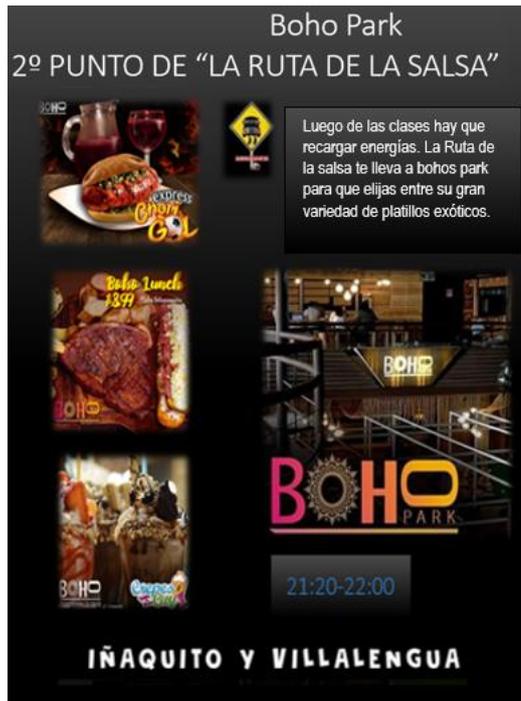


Figura 34 Página 8

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 35 Página 9

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 36 Página 10

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

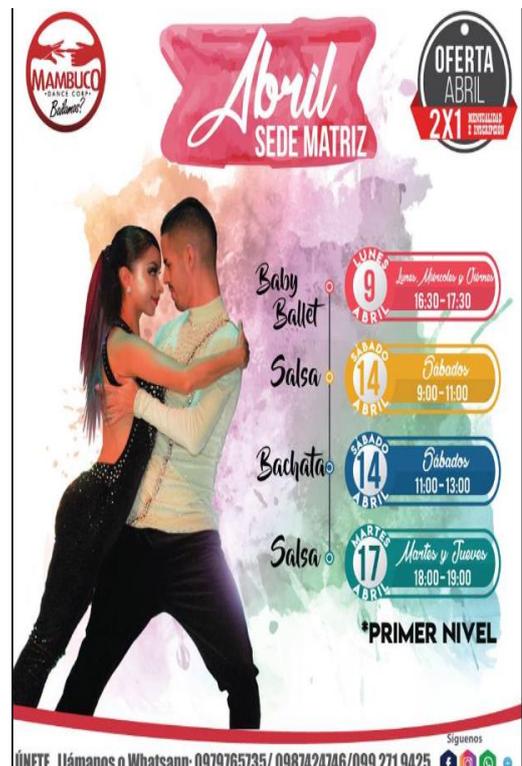


Figura 37 Página 11

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 38 Página 12

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 39 Página 13

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo





Figura 42 Página 16

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 43 Página 17

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos



Figura 44 Página 18

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 45 Página 19

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 46 Página 20

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 47 Página 21

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

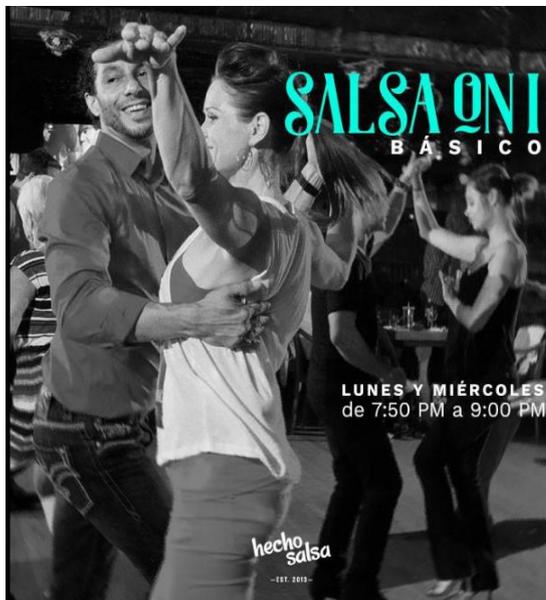


Figura 48 Página 22

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 49 Página 23

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 50 Página 24

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 51 página 25

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Figura 52 Contraportada

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

## Entradas

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA "RUTA DE LA SALSA" EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL



Figura 53 Entradas

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

### Libretas

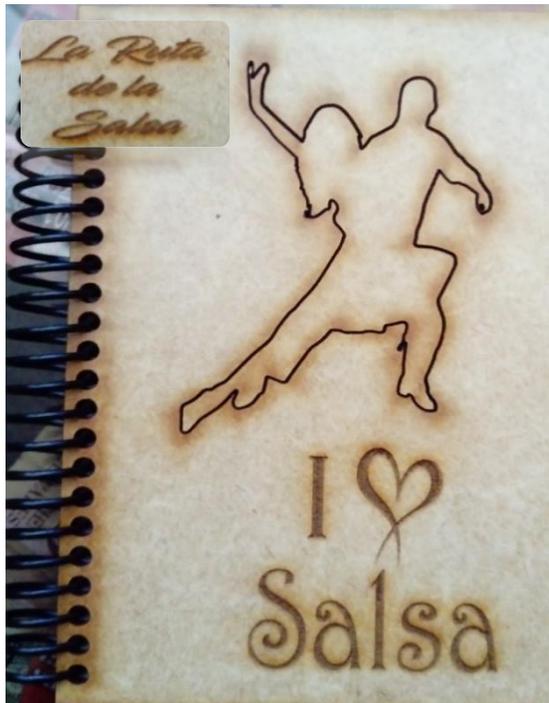


Figura 54 Libreta Portada

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

### Volantes



Figura 55 Volantes

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

## CAPÍTULO VI

### 6.00. Aspectos administrativos

#### 6.01. Recursos

Tabla 26 Recursos

<b>Recursos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tutorías</li><li>• Investigación del autor</li><li>• Apoyo económico, moral y familiar</li><li>• Diseñador Gráfico</li><li>• Apoyo de los organizadores del evento, dueños de academias. Entrevistados y patrocinadores.</li></ul>
<b>Recursos Tecnológicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Computador</li><li>• Cámara de fotos</li><li>• Internet</li><li>• Teléfono celular</li><li>• Aplicaciones</li></ul>
<b>Recursos Materiales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Libros y tesis</li><li>• Folletos informativos</li><li>• Transporte</li><li>• Artículos publicitarios</li></ul>

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

#### 6.02. Presupuesto

---

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL

Tabla 27

Presupuesto

Material Promocional Digital	Creación de video publicitario de “La Ruta de la Salsa”	Cantidad	Total
		1	\$25
Material Promocional Impreso	Guía	100	\$10 c/u <b>\$1000</b>
	Afiches	5	<b>\$15</b>
	Entradas	40 por chiva	<b>\$35</b>
	Volantes	1000	<b>\$ 30</b>
Material Publicitario	Roll up	3	<b>\$90</b>
	Libreta	40 por chiva	<b>\$400</b>
<b>Total</b>	<b>\$1570</b>		

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

Tabla 28

Presupuesto elaboración de tesis

Detalle	Cantidad	Valor
Empastado	1	8,00
Anillado	2	4,00
Transporte	1	50,00
Impresión	1000 BN-COLOR	60,00
Diseño de la Guía	1	100,00
Fotógrafo	1	80,00
Material digital	2	10,00
Redactor	1	50,00
<b>Total</b>		<b>362,00</b>

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

### 6.03. Cronograma de Titulación

Tabla 29

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA “RUTA DE LA SALSA” EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL

## Cronograma

Actividad	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del Tema	X																											
Aprobación del Tema			X																									
Capítulo I				X																								
Capítulo II						X																						
Capítulo III								X																				
Capítulo IV											X																	
Capítulo V																X												
Capítulo VI																			X									
Capítulo VII																				X								
Lectoría																								X				
<b>Sustentación</b>	<b>14 y 15 de Junio</b>																											

Elaborado por: Juan Carlos Muzo

---

## CAPÍTULO VII

### 7.00 Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

- Las personas del Distrito Metropolitano de Quito necesitan saber un poco más sobre la cultura del baile, ya que desconocen muchos aspectos importantes del mismo tal y como se lo demostró en los datos obtenidos en las encuestas realizadas.
- Las guías turísticas informativas ilustradas son una muy buena manera de traer al público, luego de las redes sociales, ya que hoy en día la gran mayoría de las personas tienen acceso a internet. Debido a que se obtiene gran cantidad de información detallada acerca de atractivos y actividades que se realizan en un determinado lugar.
- Si las mismas personas que ya conocen sobre la salsa realizan el tour todo el tiempo no sería lo mismo como darle una promoción invitando a personas de todos los medios a ser parte y también a aprender a bailar salsa y demás ritmos.
- Respecto al diseño de la Guía los puntos más importantes comenzando por “La Ruta de la Salsa” son el trabajo que realizan las academias y los diferentes eventos que patrocinan para generar espectáculos de carácter artístico cultural a lo largo del año.
- El presente proyecto es un enfoque diferente de la cultura del baile que se ve reflejado en la manera de bailar salsa y visitar clubs de baile donde no solo se salga a estar sentado sino que también se participe de las actividades.

---

## 7.02. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda a las personas que visiten “La Ruta de la Salsa” estar siempre pendientes de las actividades a realizarse debido a que para no ser repetitivos siempre cambian lugares de encuentro, de clases y de shows para dar mejoras al servicio y atención al cliente.
- ✓ Al organizador siempre contratar buenos establecimientos, medios de transporte y DJ para poder dar un excelente servicio y que no haya contratiempos de ningún tipo, tomando en cuenta que eso ayuda mucho a la imagen de la marca y del evento.
- ✓ Realizar más actividades de este tipo y así aportar al turismo artístico cultural del Distrito Metropolitano de Quito.
- ✓ Se recomienda a las autoridades estar pendientes de la imagen de calles, vías y atractivos del Centro Histórico, así como de la seguridad en ese sector para tener la posibilidad de hacer el servicio y que el cliente se sienta seguro y así lo recomiende a sus conocidos o amigos.
- ✓ Se recomienda a los diferentes ministerios realizar controles de calidad a los establecimientos visitados, para tener seguridad de que cuentan no solo con los documentos en regla, sino que también estén en posibilidades de brindar un servicio de primera.
- ✓ Se recomienda por medio de la guía dar más promoción del evento en lugares concurridos, así como en agencias de viaje, academias de baile y salsotecas y clubes de baile de la ciudad. También poner la guía en digital en el internet sería una buena iniciativa para las personas que no pudieron adquirirla

## ANEXOS



Anexo 1 Clase demostrativa de salsa y bachata

Fuente: (Dancing Mood Estudio de Baile, 2018)

Elaborado por: Juan Carlos Muzo



Anexo 2 Bohos Park

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 3 Promoción de las chivas

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 4 Chivas del tour

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 5 Chiva

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 6 Palacio de Cristal Quito

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 7 Show de baile

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 8 Salsa Choque

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 9 Orquesta salsa

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 10 Show de baile

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 11 La Juliana

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo



Anexo 12 Salsoteca Lavoe

Fuente: (La Ruta de la Salsa, 2018)

Elaborado Por: Juan Carlos Muzo

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

**Objetivo:** Encuesta con la finalidad de realizar el proyecto de titulación.

**Marque con una X en los ítems según su criterio**

**Datos generales:**

-Edad

18-38

39-59

60 en adelante

-Género

Masculino

Femenino

-Nacionalidad

Ecuatoriana

Extranjera

**Preguntas:**

1. ¿Conoce "La Ruta de la Salsa"?  
Sí  No
2. ¿Qué clase de Género cree usted que es la salsa?  
Urbano  Tropical  Estándar  Latino
3. ¿Con qué frecuencia sale a bailar?  
Una vez por semana  Dos veces por semana  Tres veces por semana   
Más de tres veces por semana
4. ¿Le gusta la salsa?  
Sí  No
5. ¿Sabe bailar?  
Sí  No
6. ¿Qué géneros musicales sabe bailar?  
Salsa  Merengue  Bachata  Reggaetón  Electrónica   
Música nacional  Ballet  Otros \_\_\_\_\_
7. ¿Sabía usted que existen academias donde enseñan a bailar ritmos tropicales como la salsa? Sí  No
8. ¿Contrataría un tour donde además de tomar clases de salsa visite en una chiva la ciudad y las diferentes salsotecas con shows de baile?  
Sí  No
9. ¿Con quién le gustaría hacer el tour?  
Familia  Amigos  Pareja
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por dicho tour?  
\$10-\$20  \$21-\$30  \$31-\$45
11. ¿Qué medios considera mejores para difundir el "La Ruta de la Salsa"?  
Guía ilustrada  Redes sociales  Radio o Televisión   
Tripticos o volantes
12. ¿Le interesaría adquirir una guía turística donde haya eventos de este tipo?  
Sí  No
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una guía ilustrada de la Ruta de la Salsa?  
\$5-\$10  \$11-\$17  \$18-\$25

---

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Nacional de Regulación y Control y Vigilancia Sanitaria. (09 de Agosto de 2014). *www.controlsanitario.gob.ec*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Guia-Requisitos-que-se-requieren-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento.pdf>
- American Marketing Association. (15 de 11 de 2003). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-investigacion-de-mercados/>
- Benitez, D. (Dirección). (2012). *Historia de la salsa* [Película].
- Brijandez, J. (08 de 01 de 2018). *janethbrijandez.files.wordpress.com*. Obtenido de <https://janethbrijandez.files.wordpress.com/2012/12/historia-y-evolucion-de-la-danza.pdf>
- Broadcasting, C. o. (Dirección). (2013). *Historia de la Salsa (Documental)* [Película].
- Cevallos, A. (01 de octubre de 2013). *slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/laceval/manual-marco-logico-lacg>
- Dancing Mood Estudio de Baile. (16 de Marzo de 2018). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/academiadancingmood/photos/a.10154476392225408.1073741837.443855180407/10159503804825408/?type=3&theater>
- Espinoza, R. (06 de 05 de 2014). *robertoespinosa.es*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Gandía, N. R. (2004). *Historia de la salsa, desde las raíces hasta el 1975*. Arecibo: Interamericana.
- Gardey, A. (05 de 02 de 2012). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/guia-turistica/>
- General, M. (24 de enero de 2013). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/muestra/>
- La Ruta de la Salsa. (16 de Marzo de 2018). *Instagram*. Obtenido de <https://www.instagram.com/rutadelasalsaecuador/>
- Mamani, W. (26 de Marzo de 2016). *asesoresenturismoperu.wordpress.com*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/03/26/definicion-ruta-turistica/>
- Moreno, E. (28 de 11 de 2013). *prezi.com*. Obtenido de <https://prezi.com/ntpf0m3pxyuh/instrumentos-de-investigacion/>
- Perez, J. (12 de mayo de 2009). *definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/evento/>
- Pérez, J. (08 de 02 de 2009). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/danza/>
- Pérez, J. (02 de 01 de 2012). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/marketing/>
- Questionpro. (12 de Agosto de 2012). *www.questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>

- 
- Quirarte, A. (15 de 04 de 2010). *salsavice.ning.com*. Obtenido de <http://salsavice.ning.com/profiles/blogs/salsa-genero-musical>
- Reyes, L. G. (01 de octubre de 2016). *El Diseño editorial*. Mdrid: Mudi. Obtenido de <http://es.slideshare.net/laceval/manual-marco-lgico-lacg>
- Salazar, M. (26 de enero de 1985). *Wikipedia*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Salsa\\_\(g%C3%A9nero\\_musical\)#Historia\\_y\\_expansi.C3.B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Salsa_(g%C3%A9nero_musical)#Historia_y_expansi.C3.B3n)
- SECTUR. (14 de 05 de 2015). *www.sectur.gob.mx*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Thompson, I. (20 de junio de 2010). *marketingintensivo.com*. Obtenido de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Thompson, I. (13 de 12 de 2005). *www.promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- ulloa, A. (2013). *La salsa una memoria histórico musical*. Cali: Escuela de comunicación social.



Señores

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

Presente

De mi consideración:

Me permito emitir el siguiente certificado correspondiente a la entrega e implementación de la Guía turística informativa de la "Ruta de la Salsa" en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, elaborado por el Sr. Juan Carlos Muzo Pico con CI. 1722781877 ya que ha cumplido con los requisitos solicitados por parte de nuestra Institución, Publicidad del evento junto con el establecimiento y promoción de las academias de baile del Distrito Metropolitano de Quito.

El trabajo sobre: Elaboración de una guía informativa turística de la "Ruta de la Salsa" en el DMQ, con la finalidad de incrementar el turismo cultural, se encuentra terminado e implantado satisfactoriamente en la institución.

Es todo lo que se puede decir en honor a la verdad.

Aientamente.

Representaciones  
**GOLDEN SALSA Cía Ltda.**  
RUC: 1792361389001  
Administrador de Salsoteca Lavoe

**HORARIOS DE APERTURA**

**MIÉRCOLES-SÁBADO  
21H00 - 3AM**

**DIRECCIÓN**

**Inaquito E2-17 y NNUU  
(Junto a la gasolinera Primax)  
Quito - Ecuador**

© 2017 by SALSOTECA LAVOE

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA TURÍSTICA DE LA "RUTA DE LA SALSA" EN EL DMQ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR EL TURISMO CULTURAL



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA  
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los formatos establecidos en el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **MUZO PICO JUAN CARLOS**, portador de la cédula de identidad No. 1722781877 previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"**  
19 ABR 2018

Sra. Mariela Balseca  
**CAJA VISTO FINANCIERO**  
 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"**  
**CONSEJO DE CARRERA**

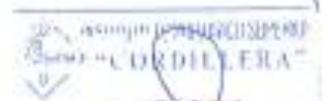
Adm. Turística y Hotelera  
  
Leda Maglene Andrade  
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

  
Ing. William Parra  
BIBLIOTECA

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"**  
09 MAY 2018  
9.31 ABS  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba  
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"**  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
Adm. Turística y Hotelera  
Ing. Frikta Merino J. MSc  
DIRECTORA DE CARRERA

 **INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"**  
09 MAY 2018  
Verónica Lara  
Ing. Verónica Lara  
SECRETARIA ACADÉMICA

# URKUND

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Urkun Tesis.pdf (D37079587)  
Submitted: 3/29/2018 5:58:00 PM  
Submitted By: juan-k\_bsc17@hotmail.com  
Significance: 8 %

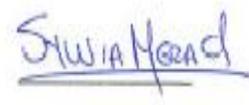
### Sources included in the report:

Tesis Gerardo Paredes Sexto A Matutino.pdf (D19600030)  
listo2.pdf (D19755608)  
TESIS EDUARDO PILICITA.docx (D15668858)  
CAPITULO-Vcarla-arreglado.docx (D23217665)  
tesis coregido urkundpdf 1.pdf (D27142426)  
<http://www.yousubtitles.com/HISTORIA-DE-LA-SALSA-wmv-id-1546808>  
<http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>  
<http://conceptodefinicion.de/muestra/>  
<https://prezi.com/ntpf0m3pxyuh/instrumentos-de-investigacion/>  
<https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>

### Instances where selected sources appear:

18

  
Tutor del Proyecto  
XIMENA ALAMEDA R.

  
Lector del Proyecto  
Silvia Méndez