



**INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**Tema: PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR  
TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN  
CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ CON LA FINALIDAD DE  
INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención de Título de Tecnólogo en  
Administración Turística y Hotelera**

**Autor: Rafael Stefano Chilan Sandoya**

**Tutor: Ing. Gissella Paredes**

**Quito, octubre 2015**



## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 20 de octubre del 2015

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) CHILAN SANDOYA RAFAEL STEFANO, de la carrera de ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA cuyo tema de investigación fue: "PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.", 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.

  
Ing. Gissella Paredes  
Tutor del Proyecto

  
Ing. Diego Jarrín  
Lector del Proyecto

  
Ing. Frikzia Mendoza  
Director de Escuela

  
Ing. Cristian Prado  
Coordinador de Proyectos

## **DECLARATORIA**

Yo Rafael Stefano Chilan Sandoya declaro que la presente investigación es absolutamente original, auténtica y personal, la cual es el resultado del estudio realizado por el investigador, que han sido citadas con 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 se ha llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

**Rafael Stefano Chilan Sandoya**

**C.C: 1723258693**

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo Rafael Stefano Chilan Sandoya alumno de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de Investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

---

**Rafael Stefano Chilan Sandoya**

**C.C: 1723258693**

---

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *CHILAN SANDOYA RAFAEL STEFANO*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA, representado por su Rector Ing. Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.-a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera administración Turística y Hotelera que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "*PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA*", el cual incluye la creación y desarrollo de la guía, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno, b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se desarrolla la creación de la guía, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

---

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la guía en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar la guía por cualquier medio o procedimiento tal cual establece el Artículo 20 de la ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La distribución pública de ejemplares o copias; b) Cualquier transformación o modificación; c) La protección y registro en el IEPI de la guía a nombre del Cesionario; d) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIONES DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, elaboración de una guía turística que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la guía a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTO: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez

días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterás sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medios cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 20 días del mes de Octubre del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_  
C.C. N° 1723258693  
**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_  
Instituto Tecnológico Superior Cordillera  
**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTOS

El presente Proyecto es el resultado de mi esfuerzo en mi vida diaria, por eso le agradezco en primer instancia a Dios por su gran apoyo espiritual y las bendiciones que me brinda, a mis padres ya que ellos a lo largo de la vida me han enseñado a escoger entre lo bueno y lo malo de la vida, por su apoyo incondicional en todos mis proyectos que he realizado, a mis hermanos que han estado ahí siempre con su apoyo moral, a los señores(as) docentes del Instituto Cordillera por su tiempo y paciencia en el momento de impartirme sus conocimientos, al departamento de Bienestar Estudiantil del Instituto Cordillera por su ayuda con la asignación de la Beca y su credibilidad hacia mí a lo largo de mi carrera.

**Rafael Stefano Chilan Sandoya**

## DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto al ser supremo que me regaló la oportunidad de existir, por sus grandes enseñanzas en su palabra santa, y además por haberme revelado el verdadero propósito que tiene para mí durante mi estadía en este mundo.

A continuación a mi madre Mery Sandoya, gracias a ella y a sus enseñanzas que hizo desde mi etapa inicial los cuales se han podido reflejado hasta estas instancias de mi vida, siempre he contado con apoyo incondicional en todos mis proyectos y propósitos que me he planteado; y no olvidar el gran ejemplo de mi señor padre Rafael Agustín Chilan, que día a día me enseña, que lo primordial en una persona es ser honrada, responsable y sobre todo el mayor de los valores a vida el Respeto hacia los demás, gracias a su formación y fortaleza sigo adelante en mi vida.

A mis hermanos Gary y Rossemery por siempre creer en mí y por su apoyo moral.

Al resto de mis familiares que siempre me han brindado buenos deseos y consejos.

A Dixon Zambrano y a su familia por su gran acogida en su vivienda y ayuda a lo largo del desarrollo de mi proyecto.

Y claro de ante mano agradezco a mis queridos(as) profesores(as); a la Ing., Frikizia Mendoza, Ing. Gissella Paredes y a todo ese grandioso grupo de trabajo que forman la facultad de la carrera Administración Turística y Hotelera, que siempre me estuvieron brindándome su ayuda y conocimientos en los momentos que necesitaba a lo largo de la carrera.

**Rafael Stefano Chilan Sandoya**

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA .....	i
CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL .....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	vi
DEDICATORIA .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
<b>CAPITULO I .....</b>	<b>1</b>
<b>1.0. Antecedentes .....</b>	<b>1</b>
<b>1.01. Contexto .....</b>	<b>3</b>
<b>1.01.01. Regiones Naturales .....</b>	<b>3</b>
1.01.01.01. Interandina o Sierra .....	3
1.01.01.02. Amazónica o Trasadina .....	4
1.01.01.03. Insular .....	4
1.01.01.04. Litoral o Costa .....	4
<b>1.01.02. Clima de las Regiones Naturales .....</b>	<b>5</b>
1.01.02.01. La sierra .....	5
1.01.02.02. El Oriente .....	5
1.02.02. 03. Las Islas Galápagos .....	5
1.02.02.04. La Costa .....	6
<b>1.01.03. Manabí .....</b>	<b>6</b>
1.01.03.01. Cantón Chone .....	6
<b>1.01.04. Terminología .....</b>	<b>7</b>
1.01.04.01. Turismo .....	7
1.01.04.02. Ecoturismo .....	7
1.01.04.03. Recurso natural .....	7
1.01.04.04. Atractivo Turístico. ....	8
1.01.04.05. Turista. ....	8
1.01.04.06. Excursionista. ....	8
1.01.04.07. Servicio turístico. ....	8
1.01.04.08. Demanda Turística .....	8
1.01.04.09. Infraestructura turística .....	8
<b>1.02. Justificación .....</b>	<b>9</b>
<b>1.03. Definición del Problema Central (Matriz T) .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>15</b>
<b>2.0. Análisis de Involucrados .....</b>	<b>15</b>
2.01. Mapeo de Involucrados .....	15
2.02. Matriz de análisis de Involucrados .....	18
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>22</b>
<b>3.0. Problemas y Objetivos .....</b>	<b>22</b>
3.01. Árbol del Problema .....	22
3.02. Árbol de Objetivos .....	23
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>26</b>
<b>4.0. Análisis de Alternativas .....</b>	<b>26</b>
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas .....	27
4.02. Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos .....	29

4.03. Diagrama de Estrategias.....	31
4.04. Matriz del Marco Lógico.....	33
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>36</b>
5.0. Propuesta .....	36
5.01. Antecedentes de la Herramienta .....	36
Plan.....	36
Promoción.....	36
Plan de Promoción.....	36
Centro Turístico.....	36
Marketing.....	36
Marketing turístico.....	37
Marketing mix.....	37
Producto.....	37
Plaza o Distribución.....	37
Promoción.....	38
Precio.....	38
Centro Turístico Café Color Tierra.....	38
5.01.01. Análisis Foda.....	41
5.01.02. Investigación de Mercado.....	43
Tipos de mercado	
Mercado Potencial.....	43
Mercados de servicio.....	43
Mercado nacional.....	43
Mercado internacional.....	44
Mercado global.....	44
5.01.03. Instrumentos de Investigación .....	45
5.01.04. Población y muestra.....	46
Población.....	46
Muestra.....	46
5.01.05. Análisis de la Información.....	49
Conclusiones del estudio de mercado.....	62
5.02. Descripción de la Herramienta o Metodología que propone como solución.....	633
señalética .....	633
Página de Facebook.....	633
Material Informativo. ....	633
Fichas de levantamiento de atractivos.....	63
Paquete Turístico.....	63
5.03. Formulación del Proceso .....	644
Misión.....	64
Visión.....	64
Estrategia.....	64
Aplicación de las 4 PS.....	66
Producto.....	81
Precio.....	82
Plaza.....	87
Promoción.....	90
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>100</b>
6.0. Aspectos Administrativos .....	100
6.01. Recursos.....	100
6.02. Presupuesto.....	102
6.03. Cronograma.....	104

---

<b>CAPÍTULO VII</b> .....	<b>105</b>
<b>7.0. Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	<b>105</b>
<b>7.01. Conclusiones</b> .....	<b>105</b>
<b>7.02. Recomendaciones</b> .....	<b>106</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>107</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>109</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Escala.....	10
Tabla 2 Matriz T.....	11
Tabla 3 Matriz de análisis de Involucrados .....	18
Tabla 4 Escala de Análisis de Alternativas .....	26
Tabla 5 Matriz de Alternativas .....	27
Tabla 6 Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos .....	29
Tabla 7 Matriz del Marco Lógico .....	33
Tabla 8 Análisis FODA .....	41
Tabla 9 Análisis para la obtención de la muestra.....	47
Tabla 10 Género .....	49
Tabla 11 Edad .....	50
Tabla 12 Motivo de Viaje .....	51
Tabla 13 Pregunta # 1:.....	52
Tabla 14 Pregunta # 2.....	53
Tabla 15 Pregunta # 3.....	54
Tabla 16 Pregunta # 4.....	55
Tabla 17 Pregunta # 5.....	56
Tabla 18 Pregunta # 6.....	57
Tabla 19 Pregunta # 7.....	58
Tabla 20 Pregunta # 8.....	59
Tabla 21 Pregunta # 9.....	60
Tabla 22 Pregunta # 10.....	61
Tabla 23 Ficha de atractivo "El Jobo".....	67
Tabla 24 Ficha de atractivo Cascada # 1 .....	68
Tabla 25 Ficha de atractivo Cascada # 2 .....	69

---

<b>Tabla 26 Ficha de atractivo Cascada # 3 .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 27 Ficha de atractivo Cascada # 4 .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 28 Ficha de atractivo Cascada # 5 .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 29 Ficha de atractivo Cascada # 6 .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 30 Ficha de atractivo Cascada # 7 .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 31 Ficha de atractivo Cascada # 8 .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 32 Ficha de atractivo Cascada # 9 .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 33 Ficha de atractivo Cascada # 10 .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 34 Ficha de atractivo Cascada # 11 .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 35 Ficha de atractivo Cascada # 12 .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 36 Ficha de atractivo Cascada # 13 .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 37 Lista de Precios paquete 2 Días y 1 Noche .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 38 Lista de Precios Excursión .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 39 Talento Humano.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 40 Recursos Tecnológicos .....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 41 Recursos Económicos .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 42 Recursos Materiales .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 43 Presupuesto .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla 44 Cronograma del proyecto .....</b>	<b>104</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapeo de Involucrados .....	15
Figura 2 Árbol del Problema .....	22
Figura 3 Árbol de Objetivos.....	24
Figura 4 Diagrama de Estrategias .....	31
Figura 5 Género .....	49
Figura 6 Edad .....	50
Figura 7 Motivo de Viaje .....	51
Figura 8 Pregunta # 1.....	52
Figura 9 Pregunta # 2.....	53
Figura 10 Pregunta # 3 .....	54
Figura 11 Pregunta # 4 .....	55
Figura 12 Pregunta # 5 .....	56
Figura 13 Pregunta # 6 .....	57
Figura 14 Pregunta # 7 .....	58
Figura 15 Pregunta # 8 .....	59
Figura 16 Pregunta # 9 .....	60
Figura 17 Pregunta # 10 .....	61
Figura 18 Las 4 P'S del Marketing Mix.....	66

---

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1 Paquete Turístico La Tierra y sus Cascadas .....	81
Fotografía 2 y 3 Cabaña El Jobo y Cabaña Tierra .....	84
Fotografía 4 y 5 piscina y La Olla de Café .....	86
Fotografía 6 y 7 Pobladores del Cantón Chone .....	87
Fotografía 8 y 9 Pobladores del Cantón Quito .....	88
Fotografía 10 y 11 Estudiantes Extranjeros de Academia Don Quijote .....	89
Fotografía 12 y 13 Elaboración de señalética .....	90
Fotografía 14 y 15 Elaboración de señalética .....	91
Fotografía 16 y 17 Elaboración de señalética .....	92
Fotografía 18 y 19 Elaboración de señalética .....	93
Fotografía 20 y 21 Elaboración de página de Facebook .....	94
Fotografía 22 y 23 Elaboración de página web.....	95
Fotografía 24 Elaboración de Tríptico .....	96
Fotografía 25 Elaboración de Tríptico .....	97
Fotografía 26 Elaboración de Flyers .....	98
Fotografía 27 Elaboración de Flyers .....	99

## RESUMEN EJECUTIVO

El Centro Turístico Café Color Tierra localizado en la comunidad Mosquito de la parroquia de Santa Rita perteneciente al Cantón Chone, cuenta con paisajes hermosos desde el momento en que se dirigen a esta localidad, por la gran riqueza de árboles frutales cítricos como son la mandarina, naranja y toronja, siendo una de las partes de mayor abastecimiento del Catón Chone.

El clima que de este sitio ofrece es espectacular por ubicación geográfica en una zona de temperatura cálida húmeda templada y con una altitud que oscila entre los 500 m.s.n.m. cuenta con una biodiversidad que es muy apetecida visitarla por la gran cantidad de especies vegetales como animales y con la presencia de cascadas con caídas impresionantes que nacen desde las entrañas de las montañas Mosquito.

Además posee cabañas de alojamiento eco turísticas en medio de la naturaleza con habitaciones totalmente ecológicas y confortables para sentirse en un ambiente de relax. El desarrollo de este sitio va progresando poco a poco ya que el turismo está comenzando a aumentar gracias a las distintas formas de turismo que se pueden realizar en este sitio, cabe recalcar que la calidad de personas que encontramos en este lugar lo hace único de los demás.

No se puede dejar de nombrar la gran riqueza en la variedad de platos gastronómicos que vienen en apogeo de generaciones a los que se les ha dado ese toque de sabor exclusivo y propio.

---

## ABSTRACT

The tourist center “Café Color Tierra”, is located in Mosquito community of Santa Rita parrish belongs to Chone canton. Has wonderful landscapes surrounded by citrus fruit trees such as tangerine, orange and grapefruit, becoming one of the leading producers of the canton.

The climate of this place is great; due to its geographical location it is in a moist and warm temperate zone with an altitude ranging from 500 meters above sea level, has a biodiversity that is much coveted visit by the large number of plant and animal species and the presence of waterfalls with breathtaking falls born from the bowels of the Mosquito mountains.

It also has cabins for ecotourism accommodation surrounded by nature with fully ecological and to feel comfortable in an atmosphere of relaxation rooms. The development of this site is progressing slowly since tourism is starting to increase thanks to the different forms of tourism that can be performed on this site, fit to emphasize that the quality of people we meet in this place makes one of the the rest.

It is important to name the rich in the variety of gourmet dishes that come from generations of those who have been given a touch of flavor: exclusive and own.

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador se encuentra dividido en cuatro regiones naturales que son Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. En la región Costa encontramos a la provincia de Manabí ahí está el Cantón Chone que está dividido en 9 parroquias, una de ellas es la parroquia de Santa Rita aquí está ubicado el Centro Turístico Café Color Tierra, lugar donde empieza nuestra investigación que cuyo propósito es promocionar este sitio tanto a turistas nacionales como extranjeros para así llevarlo al reconocimiento dentro y fuera de nuestro país, ya que por el sinnúmero de actividades turísticas a realizarse, además la degustación de los platos típicos exquisitos y su gente amable y trabajadora.

El primer Capítulo consta de antecedentes, contexto, justificación y problema central de este centro recreacional; el segundo capítulo hace referencia al análisis de involucrados, el mapeo y matriz de análisis de involucrados; el tercero habla sobre los problemas y objetivos que contiene a los árboles del problema y objetivos; el cuarto habla de análisis de alternativas, en cual se destacan las matrices de análisis de alternativas, de impactos de los objetivos, del marco lógico y el diagrama de estrategias, en el quinto se cuenta con la elaboración de la propuesta, compuesta por los antecedentes de la herramienta, el análisis de la matriz FODA, la investigación de mercado, instrumentos de la investigación, la población y muestra, análisis de la información, descripción de la herramienta o metodología que propone como solución y la formulación del proceso, en el sexto capítulo consta de los aspectos administrativos y explica los recursos, presupuesto y el cronograma de actividades; por último el séptimo capítulo habla de las conclusiones y recomendaciones que nos dejó la realización del proyecto.

---

## CAPITULO I

### 1.0. Antecedentes

**Tema:** Plan de Promoción del Centro Turístico Café Color Tierra, Localizado en la Parroquia Santa Rita, Cantón Chone, Provincia de Manabí con la finalidad de incrementar la demanda turística.

**Título:** Marketing Turístico

**Autor:** Carmen Delia Ojeda García y Patricia Mármol Sinclair

**Año de edición:** 2012

**Institución:** Ediciones Paraninfo

**Conclusión:** Del presente libro se tomará en cuenta el concepto de segmentación de mercado y los diferentes conceptos importantes que usaremos para el desarrollo del presente proyecto.

**Título:** Marketing Turístico

**Autor:** Editorial Vértice

**Año de edición:** 1 ene. 2007

**Institución:** Editorial Vértice

**Conclusión:** la información que aportará este texto será el concepto y características del mercado turístico para la aplicabilidad del proyecto en proceso; además de algunos conceptos de los diferentes tipos de turismo que han venido practicando a lo largo del tiempo.

**Título:** Planificación turística y desarrollo sostenible

---

**Autor:** Jesús Rivas García y Marta Magadán Díaz

**Año de edición:** 1 oct. 2014

**Institución:** Septem Ediciones

**Conclusión:** El siguiente texto contribuirá en el presente trabajo a identificar los posibles problemas que se pueden dar en el aspecto cultural, social y económico.

**Título:** Desarrollo Y Gestión Del Turismo en Áreas Rurales-naturales

**Autor:** Arturo Crosby y Adela Moreda

**Año de edición:** 10 Abril de 2012

**Institución:** Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística

**Conclusión:** Este artículo nos enseña que en la actualidad los turistas buscan sitios ecológicos por los daños que actualmente se le han provocado al medio ambiente, creen que mediante este tipo de turismo van a ayudar a la preservación y correcto manejo de las distintas zonas naturales; además se tomará algunas de las generalidades que nos explican sobre las seguridades de los turistas.

**Título:** Turismo: Herramienta Social

**Autor:** Kekutt, Elisa Beatriz

**Año de edición:** 1 feb. 2014

**Institución:** Editorial Dunken

**Conclusión:** La información que nos proporciona el siguiente libro es para incentivar a las personas que se puede vivir del turismo con una serie de planes con un sistema sustentable y responsable para poder desarrollarlo en cualquier sitio, región, país o en el mundo.

## 1.01. Contexto

Ecuador está ubicado sobre la línea ecuatorial, en América del Sur, por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú. Al oeste limita con el Océano Pacífico. La extensión del país es de 256.370 kilómetros cuadrados. Está dividido en cuatro regiones, en las que se distribuyen 24 provincias. (Optur, 2013, pág. 1).

La población actual del Ecuador es de 14.483.499 habitantes según el último censo de población y vivienda realizado en el 2010. (INEC, 2010)

“El castellano es la lengua oficial. El quechua, el shuar y los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas de acuerdo con lo establecido en la Constitución”. (Optur, 2013, pág. 1).

### 1.01.01.Regiones Naturales

**1.01.01.01. Interandina o Sierra:** La región Andina o Sierra está formada por 11 provincias a lo largo de la Cordillera de los Andes. Presenta una variedad de atractivos turísticos. De norte a sur se distinguen sus majestuosos valles volcanes y nevados, posee una belleza Colonial y majestuoso encanto.

Entre las elevaciones más importantes están el Pichincha y el Cotopaxi. En esta región se encuentra Quito que es la capital del Ecuador. (ECUADOREXTREMO, 2015)

Internacionalmente esta región se caracteriza por el turismo de Aventura y de riesgo, ya que sus nevados y volcanes llegan a los 5000 metros de altura, son considerados

como retos y desafíos por deportistas extremos, es maravilloso pensar que en la mitad del mundo se puedan disfrutar de sitios donde la aventura no tiene límites. (ECUADOREXTREMO, 2015).

**1.01.01.02. Amazónica o Trasandina:** La región Amazónica está formada por 7 provincias. Presenta una variedad de flora y fauna única en su especie. La mayor actividad de la zona es la explotación de los campos de petróleo del Ecuador, su clima es tropical húmedo lluvioso.

Con amplia riqueza natural en la que se destacan ríos, árboles de cedro, caoba, canelón y laurel, encontramos tribus milenarias en su habitat natural, las cuales aún conservan sus costumbres ancestrales. Sus pueblos son productores de vasijas de barro, tejidos y muchas artesanías que son muy valoradas por los turistas. La región Oriental del Ecuador es ideal y se recomienda por sus lugares llenos de aventura para el turismo extremo y de aventura. (ECUADOREXTREMO, 2015)

**1.01.01.03. Insular:** La Región Insular está integrada por la Provincia de Galápagos, la cual está formada por un grupo de 15 islas e islotes. Casi a mil kilómetros del Ecuador Continental es considerado patrimonio de la Humanidad y muy querido a nivel internacional. Se caracteriza por su Flora y Fauna única en su especie. Sus playas son de arena clara color marfil, sus aguas cristalinas ideales para practicar buceo. Túneles de lava y su reserva marina hacen de Galápagos. Una experiencia inolvidable para el turista. Su clima es Subtropical. (ECUADOREXTREMO, 2015).

**1.01.01.04. Litoral o Costa:** La región litoral o Costa está conformada por 8

provincias, cada una de ellas representada por su variedad de riquezas naturales y Turísticas. El clima es variado según los meses del año. Puede ser húmedo, caluroso, seco, lluvioso, frío, esto permite que el turismo visite por temporadas específicas. La costa se caracteriza por sus amplias y hermosas playas. Además de la producción de la tierra y el turismo, esta región es la puerta de entrada del mundo a través de sus puertos. Otro de sus atractivos es el desfile que realizan las ballenas por las playas de Puerto López. La infraestructura hotelera está capacitada para recibir gran cantidad de visitantes, así también como los hostales y hosterías que se encuentran más enfocadas al turismo ecológico. (ECUADOREXTREMO, 2015)

### **1.01.02. Clima de las Regiones Naturales**

**1.01.02.01. La sierra:** En Ecuador el clima es menos cálido de lo que muchos pudieran esperar. Particularmente en los Andes las temperaturas varían en dependencia de la altitud y la época del año. En Quito estas oscilan entre los 7, en la noche, y los 26 grados Celsius en el día (55 a 78 grados Fahrenheit), con una temperatura promedio de 15 grados Celsius (64 grados Fahrenheit). (Halberstadt, 2015).

**1.01.02.02. El Oriente:** Por lo general tiene un clima cálido, húmedo y lluvioso. La temperatura promedio varía entre los 23 y los 26 grados Celsius (72 a 80 grados Fahrenheit). El período más seco va de noviembre a febrero, pero varía según las subregiones. (Halberstadt, 2015).

**1.02.02. 03. Las Islas Galápagos:** “Disfrutan de un clima seco durante todo el año con una temperatura promedio de 28 grados Celsius (85 grados Fahrenheit)”.

(Halberstadt, 2015).

**1.02.02.04. La Costa:** Aquí el clima es muy cálido con temperaturas que oscilan entre 25 y 31 grados Celsius (76 a 90 grados Fahrenheit) durante todo el año. La estación lluviosa, que va de diciembre a mayo, es cálida y muy húmeda. La estación seca, realmente no lo es tanto. (Halberstadt, 2015).

### **1.01.03. Manabí**

Manabí, tierra de encanto, llena de pasión y belleza. Sus hermosas playas, infraestructura hotelera e inmobiliaria no solo son el imán de los turistas nacionales, también son de los extranjeros que llegan en importantes buques cruceros. Su fama viene por la amabilidad de su gente. (Viajando, 2014)

Su Capital es Portoviejo y su Fecha de Creación es el 25 de Junio de 1.824

**1.01.03.01. Cantón Chone:** Chone (en su nombre indígena, Pechance o Pechonce), también conocido como Chone de Indias o Pueblo Viejo de Chone, es una ciudad del Ecuador, cabecera cantonal del homónimo cantón de Chone, situada en la Provincia de Manabí, a orillas del río Chone. Fue fundada como ciudad el 7 de agosto de 1735 bajo el nombre de La Visorreal Santísima Villa Rica de la Bendita Providencia de San Cayetano de Chone desta Nuestra Nueva Castilla, en alusión a San Cayetano de Thiene y a la Ciudad de Los Reyes. El nombre de Chone en la actualidad formalmente se reduce simplemente al de Villa Rica de San Cayetano de Chone como debería constar en los documentos oficiales. (Chone, 2010)

Es un territorio próspero, con identidad propia y competitividad futura que comprende la conexión del eje productivo y comercial de todo el norte manabita que en realidad es la mitad de la provincia, además de ser una localidad que se consagra cúspide del folklore costeño en el Ecuador, principalmente de la Cultura Montubia Ecuatoriana.

Como la consolidación de una entidad jurídica, es el cantón de mayor superficie a nivel provincial y un gran centro de producción de materias primas que son absorbidas rápidamente por la industria nacional e internacional, debido a la excelente calidad de sus cultivos originarios. En este cantón sobresalen la siembra y cosecha tradicional de diversos frutos nutritivos del ámbito costeño; como cacao, café, plátano, mandarina, naranja, yuca, maíz, entre otros. (Chone, 2010).

#### **1.01.04. Terminología**

**1.01.04.01. Turismo:** El conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año. (definicion.de, 2015).

**1.01.04.02. Ecoturismo:** Es el que se realiza en medios de protección natural.

Suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza. (definicion.de, 2015).

**1.01.04.03. Recurso natural:** Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción para hacer posible la actividad turística y satisfacer las

necesidades de la demanda. (monografias.com, 2015)

**1.01.04.04. Atractivo Turístico:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es decir, es tanta la belleza o importancia de ese atractivo, que personas que viven en otros lugares (turistas) viajan para disfrutarlo. (slideshare.net, 2015)

**1.01.04.05. Turista:** Se denomina turista a la persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual, etc. (definicion.mx, 2015)

**1.01.04.06. Excursionista:** Es una actividad física que consiste en realizar travesías o rutas por un sitio natural con el fin de recreación, investigación o estudio. (definicion.mx, 2015)

**1.01.04.07. Servicio turístico:** Son todo tipo de servicio como alojamiento, alimentación, transporte, los cuales son prestados por personas para realizar una actividad turística. (definicion.mx, 2015).

**1.01.04.08. Demanda Turística:** Es el conjunto de servicios y bienes que dispone un sector turístico los cuales están a disposición de los turistas que se encuentran en este sitio como consumidores de estos bienes.

**1.01.04.09. Infraestructura turística:** Es toda construcción, instalación o servicio para la práctica del turismo.

## **1.02. Justificación:**

La parroquia Santa Rita es un lugar de nuestra costa ecuatoriana que pertenece a la provincia de Manabí en este sector existen grandes cantidades de sitios históricos y naturales, una forma de poder impulsar este diverso sector es a través del turismo y que posee mucha cultura y biodiversidad tanto en flora como en fauna la cual beneficiar a los pobladores cercanos a esta entidad turística y además ayudar a incrementar las fuentes de empleo el cual mejorar la situación socioeconómica, cultural y social.

Ya que la mayor parte de esta población se dedica a la ganadería, agricultura, recolección de frutas y creación de ladrillos, además tenemos a otra parte de la población que ha tenido que migrar a el Cantón Chone para trabajar en el servicio del agua potable, en la empresa eléctrica y hasta incluso han emigrado a la ciudad de Manta para trabajar en las diferentes piscinas que cultivan.

El siguiente Plan ayudará a promover el Sr. Dixo Zambrano Mendoza para dar a conocer este lugar como una alternativa de turismo de naturaleza ya que cuenta formaciones de agua naturales llamadas cascadas y además con unos llamativos animales los monos aulladores que son un tipo de primates muy singulares e introvertidos especies muy difíciles de encontrar en otras regiones del país esto ayudará a atraer tanto a turistas extranjeros como nacionales.

Para hacer posible la visita de turistas extranjeros he tenido la colaboración de la escuela de español para Extranjeros Academia Don Quijote, en la cual podré exponer el respectivo itinerario de actividades a realizarse en este lugar turístico.

### 1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

La matriz T es una herramienta que indica una serie de situaciones negativas que genera incomodidades a una población determinada, en un tiempo concreto y en un lugar específico. También se dice, que mediante el método de la matriz T se identifica a la afectación negativa, que recibe una comunidad determinada, en un sitio, y tiempo determinados o simplemente algo que funciona mal y que necesita arreglarse.

Consiste en la identificación del problema que afecta a una determinada población, el mismo que, en virtud de determinadas características, debe ser abordado en forma prioritaria por el Estado, directamente o a través de terceros, utilizando para ello el enfoque de proyecto.

**Tabla N.1**

#### **Escala**

<b>1</b>	<b>Baja</b>	<b>2</b>	<b>medio baja</b>
<b>3</b>	<b>Medio</b>	<b>4</b>	<b>medio alta</b>
<b>5</b>	<b>Alto</b>		

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

#### **Análisis:**

En la presente tabla tenemos los diferentes valores que va a tener la matriz T desde el 1 al 5 cada una con un significado diferente; donde 1 representa a la cantidad más baja y 5 representa a la cantidad más alta.

**Tabla N.2**

**Matriz T**

Desconocimiento de la existencia de este lugar por parte de los turistas	Desconocimiento de los turistas nacionales y extranjeros de los atractivos que se encuentran en el centro turístico Café Color				Elaboración de un paquete para promocionar el lugar
Fuerzas impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas bloqueadoras
Crear un sitio web, utilización de redes sociales como Facebook, YouTube con nueva información	4	5	5	1	Desconocimiento tecnológico por parte del propietario
Mejorar la infraestructura	4	5	5	2	Falta de recursos económicos
Generar fuentes de empleo e ingreso alternativos a la agricultura	3	4	5	3	Resistencia a un cambio de actividad
Crear una ruta turística	2	5	4	2	Poco interés y apoyo por parte de las autoridades de turno
Diseño de materiales informativos como: trípticos, folletos, flyers, señalética.	3	4	3	2	Escaso material informativo

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Una vez que hemos llegado a la identificación del problema central, que se refiere al desconocimiento de los turistas nacionales y extranjeros de los atractivos que se encuentran en el centro turístico Café Color Tierra, se aplicará una solución principal a la situación empeorada la cual es el desconocimiento de la existencia de este lugar por parte de los turistas, esto se debe a una falta de apoyo por parte de las autoridades de turno ya que este lugar posee los recursos necesarios para ser independiente, con la ayuda de la situación mejorada que es la elaboración de un paquete turístico se promocionará el lugar en colegios, escuelas, a nivel nacional e incluso internacional mediante la tecnología web y con el aporte de la Academia Don Quijote ya que semanalmente acoge a estudiantes extranjeros en nuestro país para impartirles nuestro idioma.

Además, otra ayuda que tendremos para solucionar nuestro problema central son las fuerzas impulsadoras las cuales son puntos que nos ayudaran a la mejoría y apogeo de este centro turístico, pero además encontramos a las fuerzas bloqueadoras que son una serie de conflictos que nos impedirán la solución rápida del problema. Una opción que tenemos para saber qué tan grave o qué tan fácil son los problemas son el potencial de cambio que es una forma de medir las facilidades y beneficios que se van a obtener en el momento de aplicarlas y la Intensidad mide el cambio o perjuicio que van a tener las fuerzas impulsadoras y bloqueadoras.

La primera fuerza impulsadora es la creación de un sitio web es algo positivo ya, que en la actualidad la tecnología es muy usada por la sociedad casi en un 80% debido a que se puede cualquier tipo de información desde lo más sencillo hasta lo más complejo, además en la actualidad según el análisis de un medio de internet llamado

el Tipómetro existen más de 2 billones de personas tienen el uso a las redes sociales por lo tanto queda comprobado que es una herramienta muy buena para la promoción de este sitio. Pero en cambio encontramos a la fuerza bloqueadora que es el desconocimiento tecnológico por parte del propietario esto es algo negativo ya que si conociera un poco más de los usos y beneficios que nos brinda la tecnología sería diferente la situación de este lugar turístico se generarían mayores ingresos permitiendo el desarrollo de una forma lenta pero segura.

Como segunda fuerza impulsadora es el mejorar la infraestructura con el avance de esto vamos a poder dar un mejor servicio a los turistas y así se va a propagar la información de la existencia de este sitio de una a otra persona a esto se lo conoce como el marketing de boca a boca el cual es muy popular en la actualidad. Pero en cambio encontramos a la fuerza bloqueadora que es la falta de recursos económicos ya que es un lugar creado con recursos de los propietarios, para el mejoramiento de este punto se hacen eventos como del chocolate, empanada, y tonga para recolectar fondos y así aplicarlos los mismos para el desarrollo del lugar.

En la tercera fuerza impulsadora el generar fuentes de empleo e ingreso alternativos a la agricultura este sector del país posee grandes riquezas naturales que aún no han sido aprovechadas esto se debe al desconocimiento por parte de los habitantes del sector en el ámbito turístico, con la fusión de la agricultura y el turismo se puede alcanzar una mejor forma y calidad de vida para los pobladores de este sector. Pero en cambio encontramos a la fuerza bloqueadora la cual es la resistencia a un cambio de actividad ya que su miedo es invertir dinero y no obtener los resultados esperados y en el mayor de los casos perderlo, pero con una buena planificación y

trabajo en conjunto con las autoridades se podrán en marcha los distintos proyectos que ellos tengan planteados.

La cuarta fuerza impulsadora es en la creación una ruta turística ya que si se contara con una adecuada ruta se va a lograr atraer a los turistas de una forma más fácil por la forma como se está manejando el recorrido y el sitio donde ofreceremos los servicios. Pero en cambio encontramos a la fuerza bloqueadora es el poco interés y apoyo por parte de las autoridades de turno por este motivo hay grandes lugares en esta parte del país que no se han podido desarrollar en la rama turística hasta en el caso extremo han llegado al cierre por falta de apoyo; lo que se propone es pedir un mayor apoyo en los eventos que se hacen en este lugar turístico como el festival del chocolate, la tonga y la empanada que se los realiza 1 vez al año; además pedir patrocinio de fundaciones que ayudan en el país al desarrollo turístico.

Como última fuerza es el diseño de materiales informativos como: trípticos, folletos, flyers, señalética, con el aporte de estos elementos vamos a provocar un mayor interés por parte de los turistas, porque se observará una mayor organización del lugar, además con una mejor señalética del lugar será mucho más fácil la llegada de los turistas ya que por el momento no la posee entonces eso es uno de los problemas de este sitio. Pero en cambio encontramos a la fuerza bloqueadora que es el escaso material informativo se debe a la falta de recursos económicos esto es algo negativo para el apogeo de este lugar en el sector turístico, se puede solucionar este aspecto de la publicidad con la ayuda de patrocinadores, haciendo solicitudes de apoyo, en el caso que no se logre de esta manera, pedir colaboración a las autoridades de turno o a fundaciones que se dedican a ayudar a los emprendimientos de los ecuatorianos.

## CAPÍTULO II

### 2.0. Análisis de Involucrados

#### 2.01. Mapeo de Involucrados

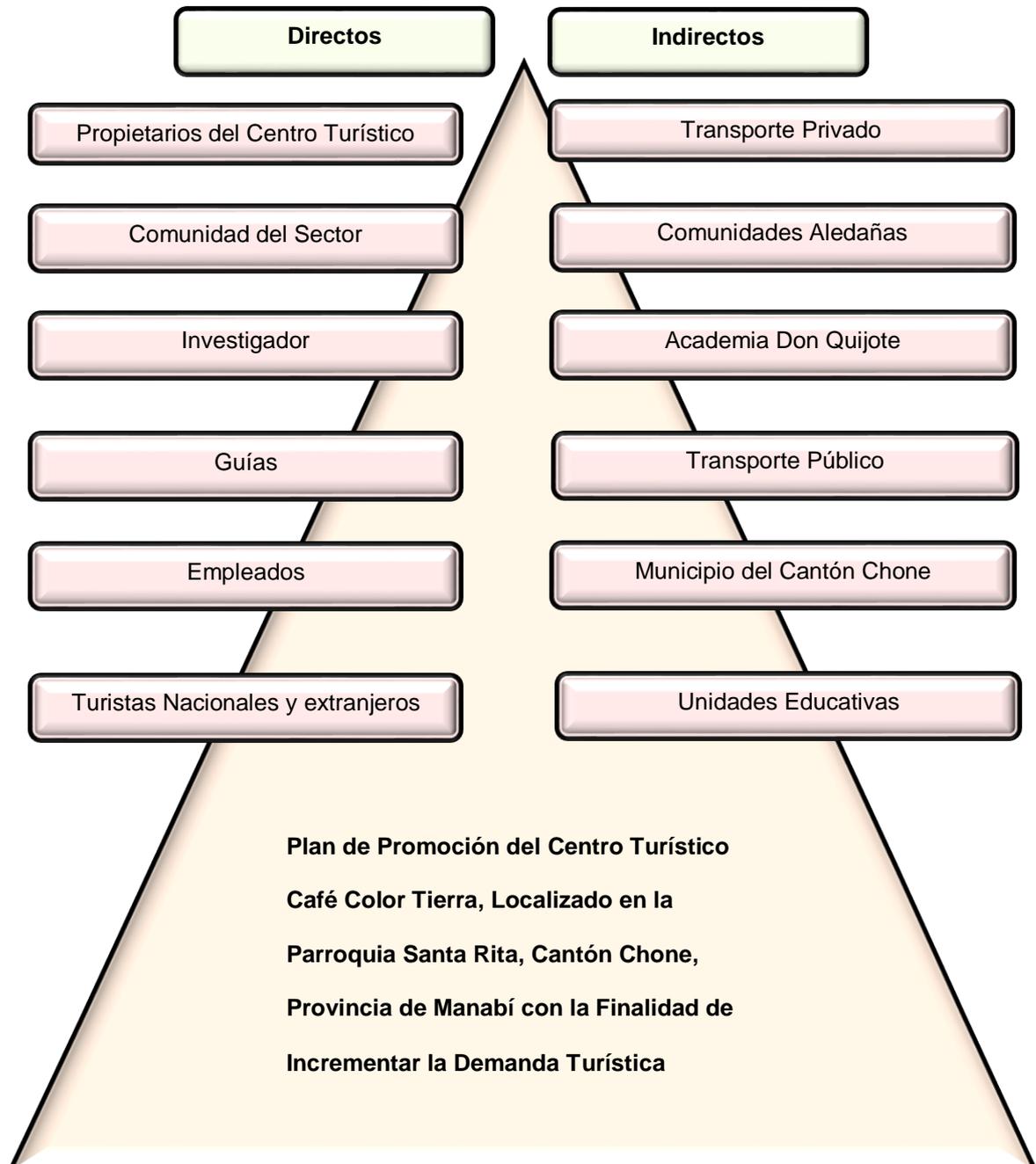


Figura N.1

#### Mapeo de Involucrados

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Identificando el significado de que es el mapeo de involucrados al cual se le atribuye como un método que se usa para identificar a los posibles participantes que actuarán en el proyecto realizando un análisis que a continuación les presentaremos.

El respectivo análisis para identificar a los principales participantes que actuarán y a estar involucrados en el desarrollo de la problemática del proyecto a desarrollarse del cual se aspira darle solución se tomó en cuenta a dos tipos los cuales son los involucrados directos e indirectos; se les dará un grado de importancia cuantitativa y cualitativa ya que el aporte de cada uno de ellos es fundamental para la respectiva solución a los problemas que se nos presentan en la aplicación del proyecto.

A los involucrados directos que se escogieron en este proyecto son los que más aporte y participación tendrán ya que previo a su selección se realizó un pequeño análisis en este lugar donde se desarrollará este proyecto.

Los Propietarios del Centro Turístico, si hay mayor afluencia de turistas mayores serán los ingresos económicos y así mejorarán notablemente su estilo de vida y la de su familia; los Empleados obtendrán mayores y nuevas oportunidades de trabajo ya que los habitantes de estos sectores aledaños no poseen un trabajo seguro y sostenible para solventar los gastos en su familia; los Guías son otros beneficiarios de este grupo porque a mayor demanda mayores serán los tours o excursiones que realizarán a diario; los habitantes de la Comunidad del Sector van a poder sacar a la venta los productos del resultado de su trabajo diario e incluso emprender con la creación de restaurantes; En el caso del investigador va a poder ganar una pequeña

remuneración dado de que el proyecto cumpla con las expectativas esperadas; y finalmente encontramos a los Turistas Nacionales y Extranjeros son los más importantes porque son los que van a palpar, disfrutar y llevar la más grata experiencia de vivir y compartir con la naturaleza su gran majestuosidad.

Los involucrados indirectos que se seleccionaron en este Plan de Promoción por su grado de aporte o los cuales tratarán de perjudicar o producir cambios, hasta provocar que el proyecto simplemente no se realice o lleve a cabo. Cabe recalcar que no se descarta que en un futuro con la aplicabilidad del proyecto se transformen en involucrados directos esto dependerá a la acogida que tenga este lugar por parte de los visitantes o por la buena aplicabilidad del mismo.

El transporte privado se beneficia en poca cantidad hasta lograr obtener un mayor reconocimiento por parte de los turistas; Las comunidades aledañas podrían emprender nuevos proyectos o incluso colaborar este centro turístico con el apoyo de materia prima para la elaboración de artesanías o alimentos; La Academia Don Quijote tendrá una razonable comisión por el apoyo y aporte prestado con los turistas extranjeros que van a poder disfrutar de este lugar ya que llegan a estudiar el idioma español a nuestro país; El Transporte Público el mayor uso lo tendrán los turistas más cercanos como por ejemplo el Cantón Chone y otros cantones aledaños; Municipio del Cantón Chone obtendrá un poco de reconocimiento en el país ya que en la actualidad hay muchos extranjeros que se encuentran en este lugar haciendo voluntariados; Las unidades educativas harán excursiones para identificar la flora y fauna nativa del sector, la gastronomía propia de este sector del país, y así poder complementar los conocimientos adquiridos en clases.

## 2.02. Matriz de análisis de Involucrados

Tabla N.3

Matriz de análisis de Involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
Academia Don Quijote		X	5
Comunidades Aledañas		X	2
Comunidad del Sector	X		6
Empleados	X		5
Guías	X		5
Investigador	X		15
Municipio del Cantón Chone		X	2
Propietarios del centro turístico	X		28
Transporte Privado		X	5
Turistas Nacionales y Extranjeros	X		20
Unidades Educativas		X	5
Transporte Público		X	2
<b>Total</b>	79%	21%	100%

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Una vez realizado el análisis correspondiente se les ha otorgado el siguiente porcentaje a cada uno de los involucrados ya que se tomó en cuenta el papel que cumple cada uno y su importancia en el desarrollo del presente proyecto.

**La Academia Don Quijote:** Se beneficiará de una forma indirecta con un 5%, se le ha dado este valor por su contribución con los estudiantes extranjeros que estudian en esta institución, además esto permitirá que con el tiempo se vaya propagando la existencia de este lugar por parte de estas personas hacia amigos, familiares entre otras personas que puedan enterarse de este sitio natural.

**Las Comunidades Aledañas:** Se encuentran como beneficiarios indirectos con un valor del 2% por sus aportaciones como la materia prima que servirá para las distintas preparaciones que se realizan en este sitio turístico siempre y cuando la población de la comunidad no la tuviese.

**La Comunidad del Sector:** Están ubicados en el grupo de beneficiarios directos con un 5% por su importante trabajo, serán los principales aportadores de la materia prima para las distintas elaboraciones que se hacen en este lugar turístico; además podrán ofrecernos sus propios productos, fruto de su trabajo diario.

**Los Empleados:** Se los considera beneficiarios directos ya que se generarán mayores fuentes de empleo y por su mano de obra prestada en el servicio, porque la mejor manera de ganar clientes es con un servicio de calidad haciéndolo sentir al turista como en casa por lo que le hemos dado un 5 % de aporte.

**Los Guías:** Son un tipo de beneficiarios directos a ellos se les ha otorgado un 5%; es un actor muy importante ya que si se brindando un servicio de calidad, calidez y sobre todo hablar de la naturaleza, los turistas se sentirán muy satisfechos, si el mensaje es claro el turista podrá hacer mucha conciencia de que tan importante es la naturaleza en la vida del hombre.

**El Investigador:** Es uno de los beneficiarios directos más importantes en el proyecto por su ayuda al correcto desarrollo de este lugar, dando ideas colaborando con posibles mejoras de la infraestructura, organización, planificación de los distintos servicios que se pueden ofrecer en este centro turístico, ayudando a la mejoría de la señalética ya que es escasa en este sitio y con esto se podrá tomar una mayor atención por parte de los turistas que en el futuro lo visiten, al cual se le ha calificado con un 15 %.

**El Municipio del Cantón Chone:** Considerado un beneficiario indirecto con un 2% de aporte al proyecto ya que sería muy bueno más gestiones por parte de ellos; en el caso de darse más poyo el beneficio sería mutuo por el motivo que no solo los turistas visitarían este centro turísticos, sino también el cantón Chone e incluso obteniendo ganancias comerciales, aumentando fuentes de trabajo y nuevas formas de ingresos económicos.

**Los Turistas Nacionales y Extranjeros:** se encuentran en el grupo de los beneficiarios directos con un 20%; son los actores más importantes por si se tiene una mayor afluencia se obtendrán mayores ingresos económicos y aportaría de una manera fenomenal al crecimiento de este sitio turístico en esta parte del país

**El Propietarios del centro turístico:** Se llegó a la conclusión que es el principal beneficiario de una forma más directa al cual se le dió un 28%, por el crecimiento que se tendrá, esto ayudará a el mejoramiento de la infraestructura de este lugar turístico, se podrá aplicar mayor inversión en la promoción, se implementarán mayores promociones para que la demanda sea mucho mayor.

**El Transporte Privado:** Se lo ubicó como un beneficiario indirecto el cual su aporte será de un 5%, debido a que hasta el apogeo de este nuevo centro turístico la demanda será un poco inferior pero con la aplicación de este proyecto se estima que en aproximadamente un año se va a lograr una mayor demanda de turistas la cual va a permitir su uso de una forma constante.

**Las Unidades Educativas:** Se los consideró en el grupo de los beneficiarios indirectos otorgándole un 5%, debido a que se tendrá que ir a las instituciones a hablar con las autoridades de turno, exponiéndoles este sitio natural como una opción para que los estudiantes conozcan más de la biodiversidad natural que posee nuestro país, además son una forma de hacer indirecta publicitar porque ellos pueden comentar de la existencia de este lugar a sus familiares y así se atraerá más turistas.

**El Transporte Público:** Es un beneficiario indirecto con un 2% debido a que el servicio es nuevo, y existen un sinnúmero de problemas como por ejemplo el tiempo estimado de espera por cada unidad es casi de 40 minutos por lo que se hace difícil la llegada inmediata de los turistas, pero se estima mejorar con el tiempo se llegará a mejorar.

## CAPÍTULO III

### 3.0. Problemas y Objetivos

#### 3.01. Árbol del Problema

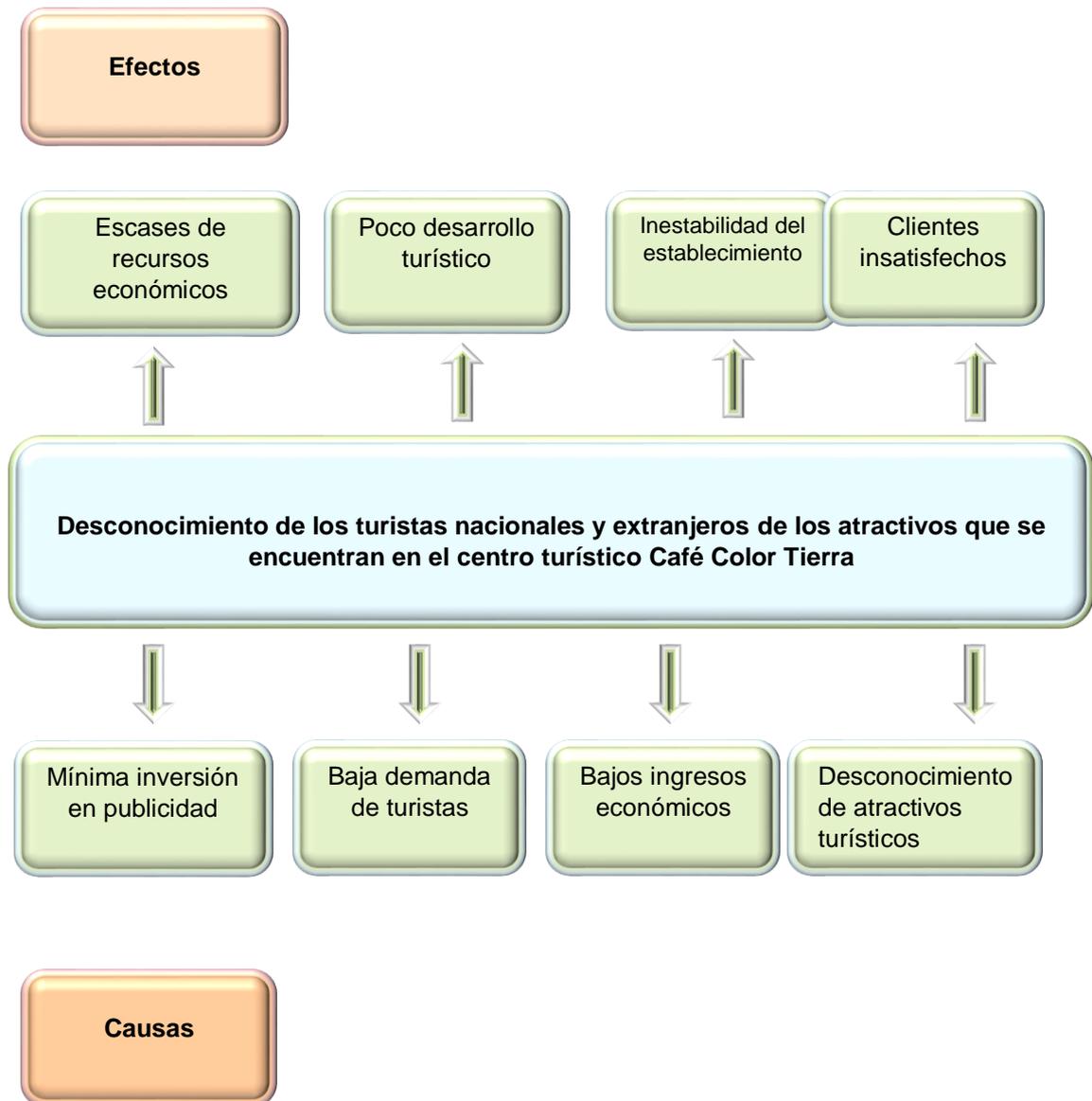


Figura N. 2

#### Árbol del Problema

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

---

**Análisis:**

Mediante el presente análisis primero identificamos que el árbol del problema es una herramienta utilizada para poder identificar un problema principal en un proyecto, el cual tiene causas y efectos los cuales nos van a permitir saber las debilidades que posee el problema central.

Por lo cual se resolvió que el problema central es el desconocimiento de los turistas nacionales y extranjeros de los atractivos que se encuentran en el centro turístico Café Color Tierra, esto se debe a una serie de conflictos o desconocimientos de buenas prácticas en el ámbito turístico, produciendo un desarrollo tardío de este sitio natural que posee una gran biodiversidad.

Este problema está derivado por causas las cuales poseen sus respectivos efectos a los que nombraremos:

**Causas:** Se originan del problema central

La mínima inversión en publicidad, baja demanda de turistas, bajos ingresos económicos, desconocimiento de atractivos turísticos; estos factores no permiten el correcto desarrollo de este centro turístico.

**Efectos:** Se originan de las causas

Escases de recursos económicos, poco desarrollo turístico, inestabilidad del establecimiento, clientes insatisfechos; estas son las consecuencias que se tiene este centro turístico debido a las causas.

### 3.02. Árbol de Objetivos

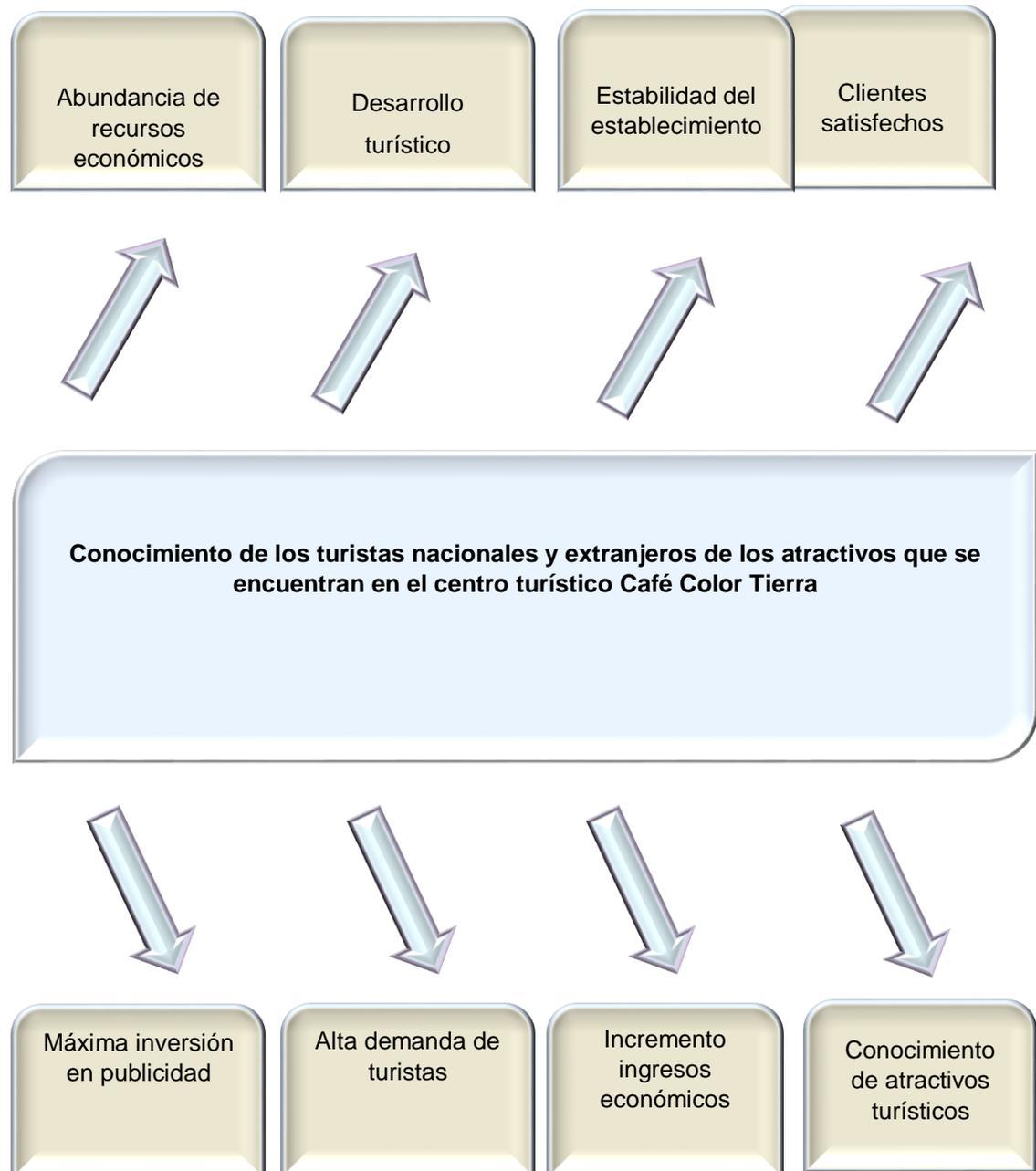


Figura N.3

#### Árbol de Objetivos

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** En el presente análisis del árbol de objetivos, de ante mano identificamos que es una forma lógica que nos permite identificar posibles soluciones hipótesis e incluso una mejor planificación de manejo con respecto a la problemática que se presentan en un proyecto. Además con la diferencia que los efectos se transforman en fines, mientras que las causas se transforman en medios; ambos aportaran para el mejoramiento del problema central.

Todos los actores en este árbol de objetivos se transforman en forma positiva, en el cual el problema central ahora es el conocimiento de los turistas nacionales y extranjeros de los atractivos que se encuentran en el centro turístico Café Color Tierra, ayudando a la inexistencia de conflictos y al conocimientos de buenas prácticas turísticas, llegando a un desarrollo acelerado de este sitio natural que posee una gran biodiversidad.

**Causas:** Se originan del problema central

La máxima inversión en publicidad, alta demanda de turistas, el incremento de ingresos económicos, conocimiento de atractivos turísticos; estos factores permitirán el correcto desarrollo de este centro turístico.

**Efectos:** Se originan de las causas

Abundancia de recursos económicos, desarrollo turístico, estabilidad del establecimiento, clientes satisfechos; esto nos permitirá una mejor forma de ver las perspectivas a futuro que se verán en este centro turístico.

## CAPÍTULO IV

### 4.0. Análisis de Alternativas

#### 4.01. Matriz de Análisis de Alternativas

Es una herramienta que nos permite identificar a las distintas alternativas que nos van a ayudar a el mejoramiento o cambio a futuro de los problemas en un proyecto; el cual parte desde el árbol de objetivos en donde se pueden eliminar posibles objetivos que no nos pueden servir en el desarrollo de la solución del problemática.

**Tabla N.4**

**Escala de Análisis de Alternativas**

Escala	Categoría
1 – 5	Baja
6 – 11	Media Baja
12- 17	Media Alta
18 – 25	Alta

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

#### **Análisis:**

En la presente tabla de análisis de matriz de alternativas la valoración será la siguiente del 1 al 5 será el mínimo valor, con la categoría Baja; del 6 al 11 tendrá asignada la categoría como Muy Baja; del 12 al 17 obtendrá una categoría de Media alta; por último tendremos la categoría Alta con unos valores que van desde el 18 al 25, todos estos valores se aplicaran para calificar a la matriz de alternativas.

Tabla N.5

## Matriz de Análisis de Alternativas

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Incrementar la actividad turística con una buena promoción	5	2	4	3	2	16	Media Alta
Ayudar a mejorar la calidad de vida del propietario	4	3	5	2	2	16	Media Alta
Crear nuevas actividades y servicios para atraer más turistas	4	2	3	2	2	13	Media Alta
Creación de página web	4	2	3	3	2	14	Media Alta
Crear una ruta turística	3	2	3	3	2	13	Media Alta
<b>Total</b>	20	11	18	13	10	72	

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

---

## **Análisis:**

Las alternativas que se utilizarían para el cambio del estado actual a una situación futura deseada del Centro Turístico Café Color Tierra, esto dependerá de las decisiones que se tomen por parte del propietario, de la ayuda que presten las autoridades de turno y con el trabajo en conjunto del investigador para así formarlo en un centro de acogida para todo tipo de turistas.

Para el siguiente análisis se tomará en cuenta a estos aspectos.

## **El Impacto sobre el propósito**

### **Factibilidad Técnica**

### **Factibilidad financiera**

### **Factibilidad social**

### **Factibilidad política**

El análisis en general de todos los objetivos posiblemente a plantearse son eficientes ya que cada uno de ellos son un conjunto de formas que ayudarán el correcto desarrollo de este Centro Turístico, esto se podría lograr con una buena planificación, organización, trabajo en equipo con la comunidad de este sector, con una adecuada promoción con la ayuda de las autoridades de turno en conjunto de algunos patrocinadores que faciliten este material, para así poder alcanzar un desarrollo Turístico completamente competitivo a nivel nacional, porque este lugar posee los recursos naturales necesarios para ser un lugar sostenible y sustentable a la vez.

## 4.02. Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos

Tabla N.6

Matriz de Análisis de Impactos de los Objetivos

	Factibilidad de lograrse (Alta - Media - Baja) (4 2 1)	Impacto de Género (Alta - Media - Baja) (4 2 1)	Impacto Ambiental (Alta - Media - Baja) (4 2 1)	Relevancia (Alta - Media - Baja) (4 2 1)	Sostenibilidad (Alta - Media - Baja) (4 2 1)	Total
OBJETIVOS	Cuenta con financiamiento para la aplicación (4)	Incrementa la participación de las mujeres, jóvenes, adultos mayores (4)	Apoya a la protección del entorno, físico y natural (4)	Responde a las expectativas de los beneficiarios (2)	Fortalece a la participación de los beneficiarios y pobladores locales (4)	Puntos 22 a 32 BAJA
	Se procurara obtener mayores beneficios con costos inferiores(4)	Asegura la aplicabilidad de los derechos de todos los participantes activos(4)	Promueve a cambiar el entorno Físico, social y natural (4)	Se esperan grandes beneficios por parte de los beneficiarios(2)	Mejora la organización local(4)	33 a 44 MEDIA BAJA
	La adecuada implementación de la tecnología actual aporta para mejorar la promoción(4)	Aumentar los ingresos económicos de los participantes activos (4)	Asegura una buena protección de los recursos(4)	Su aplicabilidad aporta a el crecimiento de los grupos más vulnerables del sector(2)	Se puede conseguir futuros préstamos para el mejoramiento de la infraestructura (4)	45 a 66 MEDIA ALTA
	Es muy favorable y conveniente para el beneficiario(4)	Disminuir el analfabetismo de los participantes activos del sector(4)	Favorece a una buena práctica de la Educación Ambiental(4)	-----	-----	67 a 88 ALTA
	<b>TOTAL</b>	16 puntos	14 puntos	16 puntos	6 puntos	12 puntos

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Para poder iniciar con las respectivas conclusiones se usaron cinco ítems ya que a cada uno se les otorgó una calificación individual para identificar el aporte que tendrán con el objetivo principal dado como; 4 es el equivalente más alto, 2 con una equivalencia de media y por último encontramos a 1 la equivalencia más baja de esta tabla; no obstante se añadió una calificación general para saber el aporte total que le darán todos estos ítems a el objetivo principal cuyos valores son; de 22 a 32 su equivalencia es baja, de 33 a 44 su equivalencia es media baja, de 45 a 66 su equivalencia es media alta y de 67 a 88 su equivalencia es alta.

Como primer ítem tenemos la factibilidad de lograrse, su relación es del costo beneficio que se espera tener en el proyecto el cual posee una calificación total de 16 puntos.

El impacto de género nos habla sobre el género que participará en la realización de los principales objetivos con una calificación total de 14 puntos.

El impacto ambiental nos expresa los entornos que participaran en el proyecto los cuales pueden ser social, físico, natural entre otros con una calificación total de 16 puntos.

La relevancia nos indica los principales beneficios que espera el beneficiario obtener con la realización del proyecto, el cual posee una calificación total de 6 puntos.

La sostenibilidad son los impulsos y beneficios que nos traerá a futuro este centro turístico al cual se le ha podido dar una calificación total de 12 puntos.

Dándonos un total de 64 puntos la cual significa que es a media alta.

### 4.03. Diagrama de Estrategias

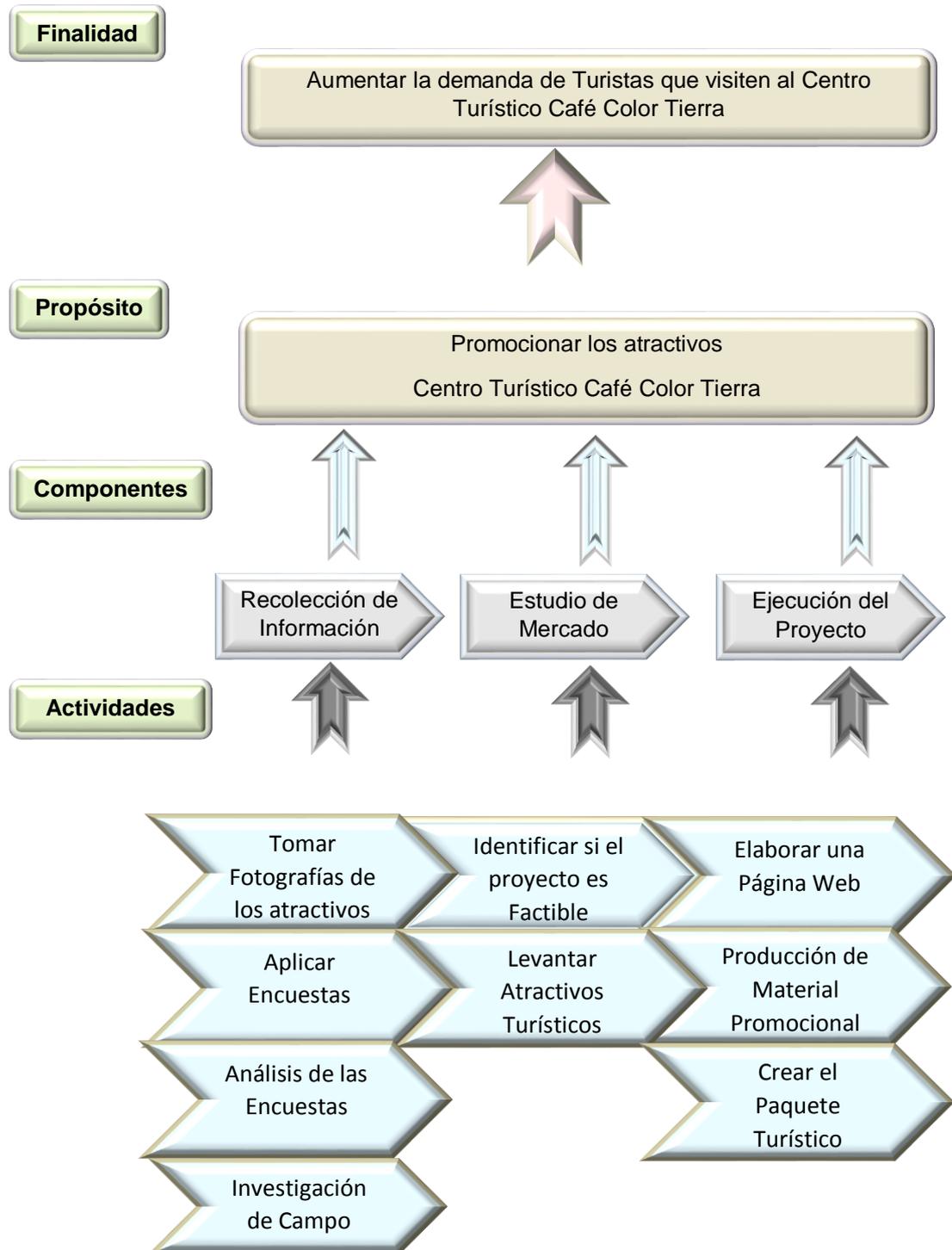


Figura N. 4

#### Diagrama de Estrategias

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Mediante el análisis correspondiente realizado al diagrama de estrategias se determinó que está compuesto por cuatro partes importantes para realizar su respectivo estudio. Se llegó a la conclusión que la finalidad principal es aumentar la demanda de turistas que visiten al Centro Turístico Café Color Tierra si se da esto los ingresos serán mayores aportando al mejoramiento de la infraestructura de este lugar, y la satisfacción de las necesidades de los turistas sea de calidad.

A continuación encontramos al propósito el cual es contribuir al desarrollo del Centro Turístico Café Color Tierra por este motivo los ingresos serán mayores, ya que los actores más importantes son los turistas por lo que debe ser la prioridad en un sitio que se dedique a ofrecer servicios.

Los componentes usaremos son; Un estudio de mercado el cual no permitirá a qué tipo de clientes nos debemos enfocar principalmente; La recolección de Información es muy importante para el marketing ya que sin información no se puede promocionar a un lugar que practique las actividades turísticas; Con la ejecución del proyecto identificaremos las fortalezas que se alcanzaron y las debilidades para corregirlas.

Entre las principales actividades tenemos a la aplicación de encuestas y revisión de la misma para tener una idea de las necesidades de los turistas y esto nos ayudará a identificar si el proyecto es factible; Con la toma de fotografías nuevas, levantamiento de atractivos e investigación de campo se logrará obtener perspectiva de este lugar, los cuales aportaran en la elaboración de la página web y la creación del paquete turístico.

#### 4.04. Matriz del Marco Lógico

Tabla N.7

##### Matriz del Marco Lógico

<b>Finalidad</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de Verificación</b>	<b>Supuestos</b>
Aumentar la demanda de Turistas que visiten al Centro Turístico Café Color Tierra	Se espera Incrementar el 15% de turistas para el 2016	Registro de visitantes del Centro Turístico Café Color Tierra	Alcanzar un gran impacto a los turistas ofreciendo atractivos y servicios de primera.
<b>Propósito</b> Promocionar los atractivos Centro Turístico Café Color Tierra	Se estima alcanzar un incremento anual del 5% de Turistas en el Centro Turístico Café Color Tierra	Registro de visitantes del Centro Turístico Café Color Tierra Encuestas	Obtener préstamos para el mejoramiento de la infraestructura y además dictar cursos de capacitación acerca de servicios turísticos
<b>Componentes</b> Estudio de Mercado Recolección de Información Ejecución del Proyecto	Comprobar la información del 2015 para conocer el porcentaje actual de turistas que visitan el Centro Turístico Café Color Tierra	Registro de visitantes del Centro Turístico Café Color Tierra Encuestas	Analizar la información que se obtiene para alcanzar un mayor crecimiento efecto de turistas  El proyecto es un factor complementario para reforzar la organización
<b>Actividades</b> Identificar si el proyecto es Factible Aplicar Encuestas Análisis de las Encuestas Investigación de Campo Tomar Fotografías de los atractivos Levantar Atractivos Turísticos Elaborar una Página Web Producción de Material Promocional y señalética Crear el Paquete Turístico	Elaboración de material Publicitario y señalética: \$ 65,50  Elaboración de encuestas: \$ 80  Visita e investigación de campo \$ 300  Elaboración de Ruta Turística \$50  Página Web Gratuita	Presupuesto	Participación en conjunto del propietario del lugar turístico con el investigador para el desarrollo y apogeo de este sitio.

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Por medio del siguiente análisis definimos que el Marco Lógico es una técnica que ayuda a planificar el desarrollo de un proyecto; en el cual los actores principales son muy importantes por su trabajo en conjunto y equipo aproximando al su objetivo principal.

El análisis del Marco Lógico se lo inicia haciendo desde la parte inferior ya que su metodología de trabajo en conjunto cada actor depende uno del otro, además para la identificación de los supuestos se trabaja en forma de zigzag; es decir los supuestos de los componentes se originan de las actividades, los supuestos de los propósitos se originan de los componentes, los supuestos de la finalidad se originan de los propósitos del proyecto y por último se originan de la finalidad unos supuestos en forma general. Mientras que los indicadores y los medios de verificación se los realiza de acuerdo a su finalidad, propósito, componente y actividades.

Como actividades encontramos: Identificar si el proyecto es factible, aplicar encuestas, análisis de las encuestas, investigación de campo, tomar fotografías de los atractivos, levantar atractivos turísticos, elaborar una página web, producción de material promocional, crear el paquete Turístico; con su indicador se estima tener los siguientes gastos en la elaboración de material publicitario y señalética: \$ 65,50, la elaboración de encuestas: \$ 79,00, la visita e investigación de campo \$ 300, la elaboración de ruta turística \$50, creación página web gratuita; su medio de verificación es el registro financiero del proyecto; como primer supuesto encontramos participación en conjunto del propietario del lugar turístico con el investigador para el desarrollo y apogeo de este sitio, para poder elevar la economía de este lugar turístico el cual será utilizado por los componentes.

Los Componentes son el estudio de mercado, la recolección de información y la ejecución del proyecto; su indicador espera comprobar la información del 2015 para conocer el porcentaje actual de turistas que visitan el Centro Turístico Café Color Tierra; su medio de comprobación es el registro de visitantes del Centro Turístico Café Color Tierra, encuestas; analizar la información que se obtiene para alcanzar un mayor crecimiento efecto de turistas; como supuesto encontramos que el proyecto es un factor complementario para reforzar la organización será usado por el propósito del proyecto.

El propósito es promocionar los atractivos Centro Turístico Café Color Tierra; con su indicador se estima alcanzar un incremento anual del 5% de Turistas; utilizando como medios de verificación el registro de visitantes del Centro Turístico Café Color Tierra, encuestas; el supuesto es obtener préstamos para el mejoramiento de la infraestructura y además dictar cursos de capacitación acerca de servicios turísticos será en base a la finalidad del proyecto pero esto se irá dando según el avance que se obtenga tanto en los recursos como en el servicio.

La finalidad es aumentar la demanda de Turistas que visiten al Centro Turístico Café Color Tierra; con su Indicador se espera Incrementar el 15% de turistas para el 2016, mediante el registro de visitantes del Centro Turístico Café Color Tierra y con la aplicación de encuestas como medios de verificación; obteniendo un supuesto general conseguido de la finalidad, el cual es alcanzar un gran impacto a los turistas ofreciendo atractivos y servicios de primera.

## CAPÍTULO V

### 5.0. Propuesta

#### 5.01. Antecedentes de la Herramienta

##### **Plan:**

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (definicion.de, 2015).

##### **Promoción:**

Según (Farber & Bonta, 2002), la promoción es el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados". (pág. 12)

##### **Plan de Promoción:**

Es un Proyecto, proceso, método, que utiliza técnicas e investigaciones para llegar al alcance de objetivos a través del tiempo con el fin aportarlos a la sociedad.

##### **Centro Turístico:**

Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística. (definicion de., 2015).

**Marketing:** Desde el punto de vista descriptivo, por marketing se entiende a la

ejecución de investigaciones de mercado que conllevan actividades comerciales en caminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor. (Region.com, 2015).

**Marketing turístico:** Se denomina a la investigación que da soporte profesional a la promoción turística.

**Marketing mix:** “El marketing es una disciplina que busca fidelizar y mantener a los clientes de un producto o servicio, mediante la satisfacción de sus necesidades, es por eso que analiza constantemente el comportamiento de los mercados y de los consumidores” (Pretell et al., 2014).

Las 4 P o variables del Marketing que usaremos son:

**Producto:** “En el mundo del Marketing, producto será todo lo tangible (bienes muebles u objetos) como intangible (servicios) que se ofrece en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.” (Pretell et al., 2014).

**Plaza o Distribución:** Debemos definir en este caso: ¿Dónde se comercializará el producto o el servicio que se está ofreciendo? en el caso de un producto ¿será distribuido al por mayor o al por menor? Estos detalles deben estudiarse cuidadosamente, ya que al definir la plaza, determinaremos que tan fácil es adquirir el producto o el servicio para el cliente. La distribución es también importante, porque nos hablará del momento y las condiciones en las que llegará el producto a manos del cliente. (Pretell et al., 2014).

**Promoción:** Comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa, producto y sus ofertas son los pilares básicos de la promoción. Para la promoción nos podemos valer de diferentes herramientas, como: la publicidad, la promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y comunicación interactiva (medios como internet). (Pretell et al., 2014).

**Precio -** Para elaborar el precio debemos determinar el costo total que el producto representa para el cliente incluido la distribución, descuentos, garantías, rebajas, etc. Definir el precio de nuestros productos, nos permitirán realizar las estrategias adecuadas, ya que con ello también podremos definir a que públicos del mercado nos dirigimos. Se debe tomar en cuenta que el precio también reflejará el valor que tiene el producto para el consumidor. (Pretell et al., 2014)

### **El Centro Turístico Café Color Tierra:**

Se encuentra ubicado en la provincia de Manabí, cantón Chone, parroquia Santa Rita, comunidad el Mosquito, La Rumelia, vía Quito, por la entrada a San Andrés. Desde el centro de Chone a 13km.

Se originó el 2 de Febrero del 2002, ya que cada año se celebra el día de las Candelarias y según las creencias en este tiempo salen en las partes húmedas unos animalitos llamados pancoras anunciando la nueva estación invernal. Con este relato se lanza una proyección turística familiar, aprovechando los recursos naturales que existían y se habían descubierto a medida que pasaba el tiempo, para demostrar a la comunidad, al pueblo, al país y al mundo, que Chone la ciudad de los naranjos en flor tiene cualidades de ser turismo de aventura, social, deportivo y cultural.

El Centro Turístico Café Color Tierra es la integración del medio ambiente con el ser humano, en la que se complementa para fomentar el desarrollo ecológico y así tener mayor contacto con la naturaleza. (Zambrano, 2015)

Además artísticamente podemos argumentar que Café Color Tierra es la combinación integral de los colores fundamentales que nos ofrece el planeta Tierra, como son: el amarillo, azul, rojo, y los colores intermedios o neutros, blanco, negro, gris, verde y naranja.

En la que el Amarillo nos representa el astro Rey (sol), que nos da energía para fortalecer la vitalidad de los seres vivos.

El Azul con su sensación de frío, nos representa la intensidad del cielo y la inmensidad del mar; y con la unificación de los rayos solares, embellecen la diversidad forestal.

El Rojo que bien nos viene a presentar el fruto de la dedicación, la perseverancia, el esfuerzo, constancia, el coraje que tenemos por luchar y sobrevivir sobre la faz de la tierra.

El Blanco, con su transparencia atmosférica nos regala la sensación de una paz física, moral y espiritual.

El color Negro que nos representa en muchas ocasiones la tranquilidad deseada, una vez terminada la labor ejecutada durante el día.

El Gris es un color privilegiado por ser originario del blanco y el negro se lo conoce como el color neutro por estar entre el bien y el mal; lo usamos por su tonalidad neutra ya que su vistosidad es muy singular.

El Verde representa a la naturaleza que nos rodea, la cual no brinda un ambiente de tranquilidad, relajación e incluso armonía espiritual.

Y completando al final el color naranja propio de nuestros árboles frutales como la naranja y mandarina en la época de verano, además por su llamativa mezcla entre el fuego del amarillo y el rojo de la pasión. (Zambrano, 2015)

Los gestores de Café Color Tierra, son Sr. Dixo Nixon Zambrano Mendoza y la Sra. Yamilee Zambrano, (hermanos), manabitas amantes a la naturaleza, y de la rica cultura que poseemos, con el afán por vivir en un lugar donde se goce de un contacto natural y cultural los llevó a crear Centro Turístico Café Color Tierra, espléndida idea que poco a poco con la ayuda de familiares, amigos y de manera especial la Agencia de Desarrollo Provincial de Manabí, que a través de Fundación ETEA, se buscó la manera mejorar e implementar nuevos servicios que han sido financiados por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional (AACI), la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Diputación de Córdoba (España) y la Fundación Caja Sur y la Agencia de Desarrollo de la Provincia de Manabí (ADPM). (Tierra, 2009).

Café Color Tierra fue denominado por sus propietarios como un Centro Recreacional, cuya expectativa es tener en un futuro diferentes áreas que integren a la naturaleza con el hombre, sus deportes que posee son el ascencionismo hacia sus cascadas, el plácido descanso en sus hamacas, la degustación de su exquisita gastronomía, el relax de su piscina con agua proveniente de sus cascadas, sus canchas deportivas, cabañas de alojamiento y parqueadero exclusivo. (Zambrano, 2015) (Ver fotografías anexo 3 y 4)

### 5.01.01. Análisis FODA

“La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc, que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.” (matrizfoda, 2011)

**Tabla N.8**

#### **Análisis FODA**

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Factor Interno</b>	El Centro Turístico Café Color Tierra tiene atractivos capaces de atraer a turistas	Limitada información de atractivos
<b>Factor Externo</b>		
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategia (FO)</b>	<b>Estrategia (DO)</b>
El uso de la Tecnología permite la promoción de los atractivos y reduce los costos	Promocionar a los atractivos Turísticos con el uso de la Tecnología	Con el aporte de la tecnología se podrá proporcionar una mejor calidad de información del Centro Turístico Café Color Tierra
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia (FA)</b>	<b>Estrategia (DA)</b>
Insuficiencia de Recursos Económicos	Gracias a el ingreso de Turistas aumentarán los recursos económicos en el Centro Turístico Café Color Tierra	Por la falta de recursos económicos, la información de los atractivos que se encuentran en el Centro Turístico Café Color Tierra Son escasos

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Por medio del análisis de la matriz FODA se pudo identificar que es una herramienta que ayuda a la recolección de mucha información acerca de los aspectos positivos y negativos de un lugar; esto quiere decir las debilidades, falencias, oportunidades, estrategias todos estos aspectos actúan en conjunto para poder llegar a la posible solución de las necesidades que por el momento sean de mayor con la implementación nuevas ideas, servicios, para que el turista obtenga un excelente nivel de satisfacción.

Encontramos a los principales factores que intervendrán en nuestro proyecto:

Como fortaleza principal es que El Centro Turístico Café Color Tierra tiene atractivos capaces de atraer a turistas.

Su debilidad es que posee una Limitada información.

Las oportunidades son El uso de la Tecnología permite la promoción de los atractivos y reduce los costos.

Las amenazas son la Insuficiencia de Recursos Económicos.

La estrategia (FO) es Promocionar a los atractivos Turísticos con el uso de la Tecnología.

La Estrategia (FA) es que Gracias al ingreso de Turistas aumentarán los recursos económicos en el Centro Turístico Café Color Tierra.

La Estrategia (DO) Con el aporte de la tecnología se podrá proporcionar una mejor calidad de información del Centro Turístico Café Color Tierra.

Estrategia (DA) Por la falta de recursos económicos, la información de los atractivos que se encuentran en el Centro Turístico Café Color Tierra son escasos.

### 5.01.02. Investigación de Mercado

El estudio de mercado es un método que le ayuda a conocer sus clientes actuales y a los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado.

(contactopyme, 2012, pág. pg 1).

#### **Tipos de mercado**

Se clasifican en:

**Mercado Potencial:** Es la cantidad máxima que de un producto o servicio puede venderse durante un periodo dado de tiempo en un mercado y en unas condiciones determinadas. También suele denominarse a este concepto potencial del mercado. El potencial del mercado depende en la mayoría de los casos de la situación económica del país, así como el conjunto de acciones comerciales que las empresas productoras y vendedoras de un determinado bien puedan realizar. (Gonzalez, 2002)

**Mercados de servicio:** “Están constituidos por aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura, ejemplo: los servicios, la lavandería, enseñanza, sanidad, etc.” (Gonzalez, 2002)

**Mercado nacional:** “Como su propio nombre indica, los compradores potenciales de este tipo de mercado se extienden por todo el país.” (Jiménez, 2013)

**Mercado internacional:** “El mercado internacional surge cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Como no podía ser de otra manera, los compradores potenciales tienen distintas nacionalidades.” (Jiménez, 2013)

**Mercado global:** “Su origen no es otro que el fenómeno de la globalización. En un mundo tan avanzado como el actual, las empresas operan a nivel mundial realizando operaciones comerciales que incluye prácticamente todas las zonas del planeta. Internet ha jugado un papel decisivo en la consolidación de los mercados globales.” (Jiménez, 2013).

En el presente proyecto se tiene planificado utilizar tres tipos de mercados como el local, nacional e internacional ya que se estima alcanzar una gran acogida por parte de este grupo de turistas, para poder alcanzar los objetivos planteados en desarrollo de este sitio se ha tomado en cuenta las necesidades de los clientes ya que nos permitirá realizar una serie de cambios para brindar un servicio de calidad.

En el caso del turismo local se va a promover promociones mediante excursiones las cuales se lo ofrecerá principalmente a todos los tipos de instituciones educativas para que en lo cual en algunos casos complementen los conocimientos adquiridos en el aula de clases.

En el caso del turismo nacional e internacional se ha tomado en cuenta realizar un pequeño tour de por todas las instalaciones del Centro Turístico Café Color Tierra con el fin de lograr que el hombre y la naturaleza tengan un mayor contacto.

### **5.01.03. Instrumentos de Investigación**

Para Sabino (2000) son los recursos de que puede valerse el investigador para acercarse a los problemas y fenómenos, y extraer de ellos la información: formularios de papel, aparatos mecánicos y electrónicos que se utilizan para recoger datos o información, sobre un problema o fenómeno determinado.

La principal herramienta que se va a utilizar es la aplicación de encuestas ya que su recolección de información usa la técnica del cuestionario que se la aplica a una determinada muestra esto depende del mercado al cual nos vayamos a fijar para promocionar nuestro sitio.

Se aplican una serie de preguntas las cuales pueden englobarse uno o varios temas esto depende del tipo de muestra que se seleccione; pero además nos puede servir para poder identificar las preferencias que tienen para así poderse plantear una correcta planificación en el marketing.

La segunda herramienta a utilizarse es la investigación de campo que es un método que utilizan los investigadores para la recolección de información en un lugar donde exista un problema, para después realizarse una serie de hipótesis antes de llegar a las posibles soluciones de problemas o la creación de leyes. En el proyecto en a realizarse servirá de mucho aplicar este tipo de investigación porque la recolección de la información se la hará directamente en el lugar donde se aplicará el proyecto, con el fin de obtener datos actuales de los atractivos que se ofrecerán en el Centro Turístico Café Color Tierra, además nos permitirá saber los gustos y necesidades de los turistas que lleguen a este sitio.

#### **5.01.04. Población y muestra**

**Población:** Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

(Wigodsky, 2010).

**Muestra:** La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia

(Hernández et al, 2008, p.562).

Las poblaciones que se tomaron en cuenta para el cálculo de nuestra muestra fueron:

Estudiantes extranjeros de la Academia Don Quijote con un total de visitas de 800 anualmente según las estadísticas del año 2014. Se los tomó en cuenta por la ayuda que está prestando esta institución privada para poder promocionar directamente el tour.

El cantón Chone con una población total de 126419 según datos del último censo aplicado por el INEC en el año 2010. Se lo seleccionó porque gran cantidad de personas de esta localidad desconocen la existencia de este centro turístico.

El cantón Quito con una población total de 2239191 según datos del último censo aplicado por el INEC en el año 2010, esta localidad fue escogida porque es un mercado muy importante a nivel nacional en el ámbito turístico.

Tabla N.9

## Análisis para la obtención de la muestra

Calcular la muestra					
<b>Extranjeros</b>	800	Datos tomados de Academia Don Quijote 2014			
<b>Quito</b>	2239191	datos tomados del INEC 2010			
<b>Chone</b>	126419	datos tomados del INEC 2010			
<b>Población Total</b>	2366410				
<b>Población</b>	N=	2366410	2366410		
<b>margen de error</b>	e=	5%	0,05		
<b>probabilidad de fracaso</b>	p=	50%	0,5		
<b>probabilidad de éxito</b>	q=	50%	0,5		
<b>tamaño de la muestra</b>	n=	?			
<b>base de nivel de confianza</b>	Z=	95%	0,95		
<b>Fórmula</b>					
<b>n=</b>	$N \times p \times q (1+Z)^2$				
	$(N-1) (e)^2 + p \times q (1+Z)^2$				
<b>n=</b>	$2366410 \times 0,50 \times 0,50$				
	$(1+0,95)^2$				
	$(2366410 - 1)(0,05)^2 + 0,50 \times 0,50 (1+0,95)^2$				
<b>n=</b>	$2366410 \times 0,25 \times 3,80$				
	$2366409 \times 0,0025 + 0,25 \times 3,80$				
<b>n=</b>	2248089,5				
	$5916,0225 + 0,95$				
<b>n=</b>	2248089,5				
	5916,97				
<b>n=</b>	379,94				
<b>n=</b>	<b>380 encuestas</b>				

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

### Análisis:

Después de haber identificado los diferentes actores como la población su símbolo es (N); margen de error es (e); probabilidad de fracaso (p); probabilidad de éxito (q); tamaño de la muestra (n); base de nivel de confianza (Z); todos estos actores están presentes para la correspondiente Fórmula que es:

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

Para cálculo de la muestra, se tomaron en cuenta los siguientes datos

Población	N=	2366410	2366410
Margen de error	e=	5%	0,05
Probabilidad de fracaso	p=	50%	0,5
Probabilidad de éxito	q=	50%	0,5
Tamaño de la muestra	n=	?	
Base de nivel de confianza	Z=	95%	0,95

El resultado estimado se lo obtendrá de la aplicación de la fórmula ya mencionada anteriormente realizando el reemplazo mediante los datos dados con anterioridad el resultado total que se obtuvo fue de  $n= 379,94$ ; pero recordamos que se lo debe redondear para que nos dé un número entero que fue de  $n= 380$ .

El número total de encuestas a aplicarse es de 380.

### 5.01.05. Análisis de la Información

#### Pregunta Datos Generales:

Tabla N.10

#### Género

Género	#	%
F	149	39,211
M	231	60,789
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

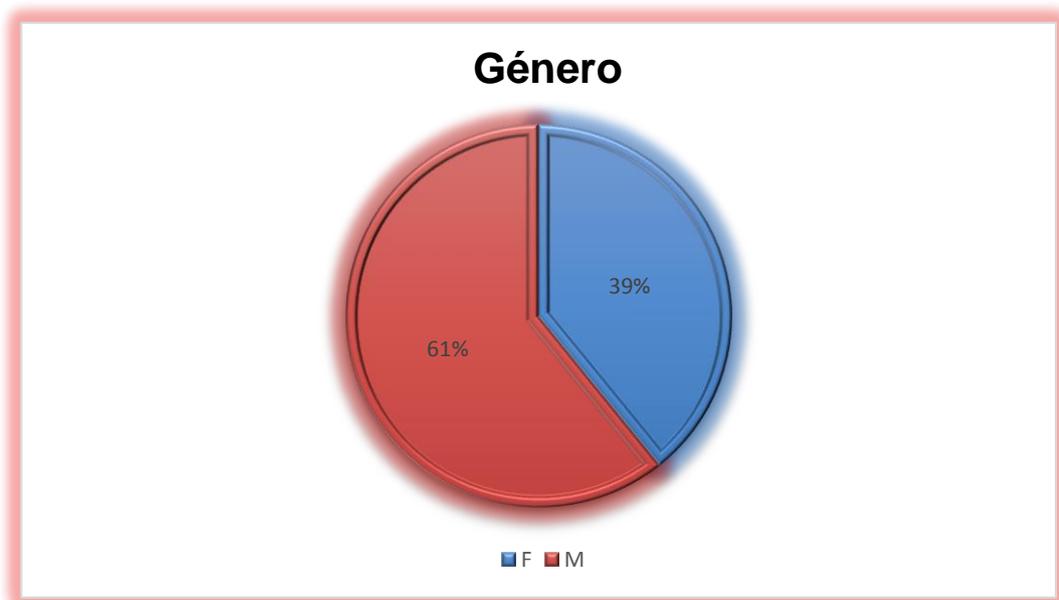


Figura N. 5

#### Género

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

#### Análisis:

En presente obtención de resultados se sostuvo que el 62% de las personas que nos ayudaron a la realización de las respectivas encuestas son del género masculino y con un 39 % se encuentran las personas del género femenino.

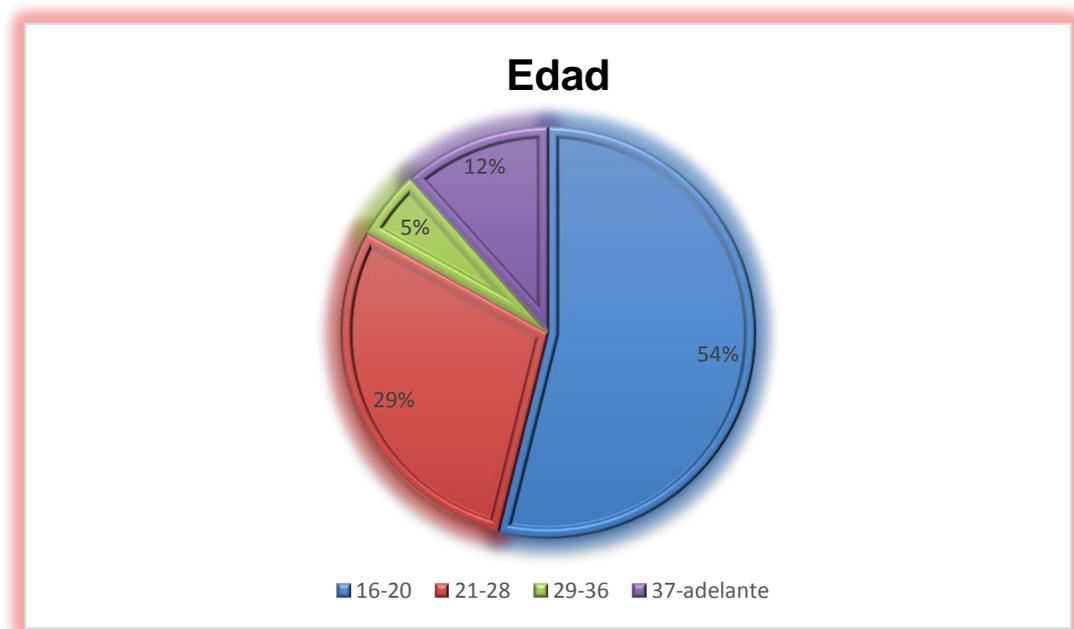
## Pregunta Datos Generales:

**Tabla N.11**

### Edad

Edad	#	%
16-20	207	54,474
21-28	110	28,947
29-36	19	5,000
37-adelante	44	11,579
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 6**

### Edad

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

### Análisis:

La mayor parte de encuestados fueron personas de entre 16-20 años con un 54%; en segundo lugar a los pobladores de 21-28 años obteniendo un 29%; mientras tanto con un 5% a personas entre 29-36 años; y por último tenemos a una gran parte de la población de entre 37-adelante años con un 12%.

**Pregunta Datos Generales:**

**Tabla N.12**

**Motivo de Viaje**

Motivo de Viaje	#	%
Recreación	214	56,316
negocios	27	7,105
descanso o placer	106	27,895
Compras	9	2,368
Otros	24	6,316
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 7**

**Motivo de Viaje**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Al terminar con las encuestas observamos que 6 de cada 10 personas prefieren realizar actividades de recreación dado un 57%; el 7% se dedican a los negocios; mientras tanto el 28% eligió el descanso y placer; al 2% les gusta hacer compras; y por último encontramos a otros tipos de actividades con un 6%, con un total del 100% de la población

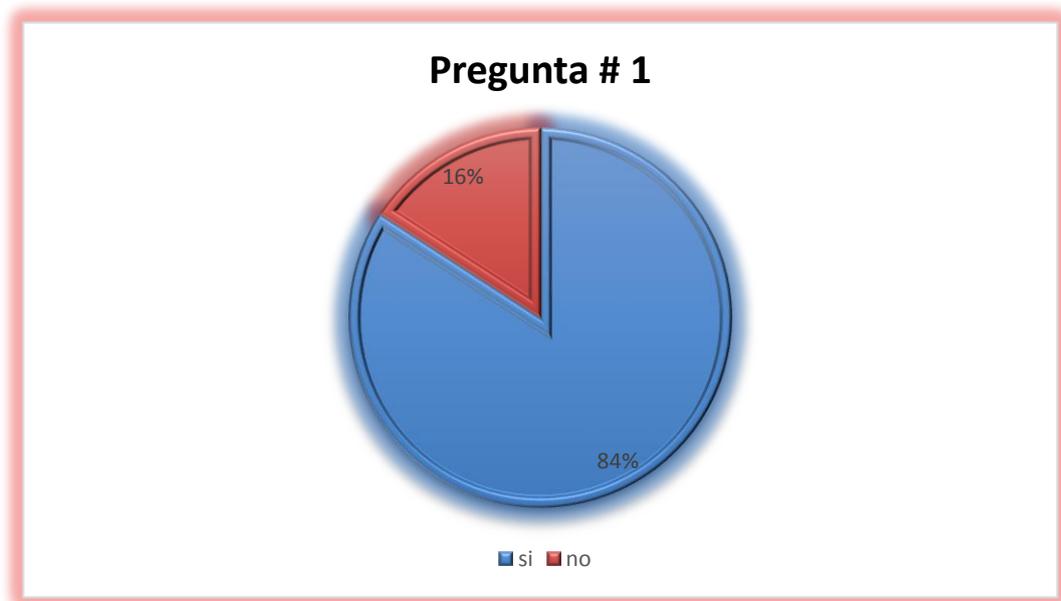
**Pregunta # 1:** ¿Usted conoce el Cantón Chone, Localizado al noroccidente de la costa ecuatoriana?

**Tabla N.13**

**Pregunta # 1:**

Pregunta # 1:	#	%
Si	320	84,211
No	60	15,789
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 8**

**Pregunta # 1**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Finalizando las presentes encuestas 8 de cada 10 personas conocen o han pasado cerca del Cantón Chone es un punto positivo para el presente proyecto alcanzando un 83%; mientras tanto 2 de cada 10 personas desconocen de este sitio obteniendo un 17%

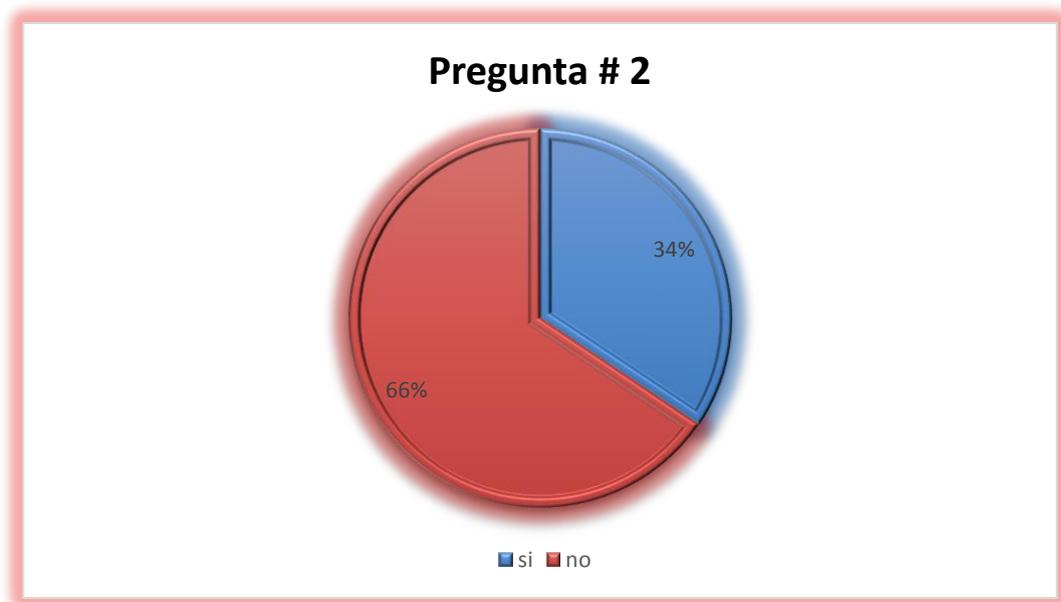
**Pregunta # 2:** ¿Conoce la Comunidad Mosquito ubicada en la parroquia Santa Rita, entrada a San Andrés a 13 km en sentido sur-norte antes de llegar al Cantón Chone?

**Tabla N.14**

**Pregunta # 2:**

Pregunta # 2	#	%
Si	131	34,474
No	249	65,526
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 9**

**Pregunta # 2**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Después del análisis correspondiente 7 de cada 10 personas no conocen de la ubicación de la Comunidad Mosquito con un 65% y 3 de cada 10 personas conocen la ubicación dado con un 35 % que no están malo para nuestro proyecto.

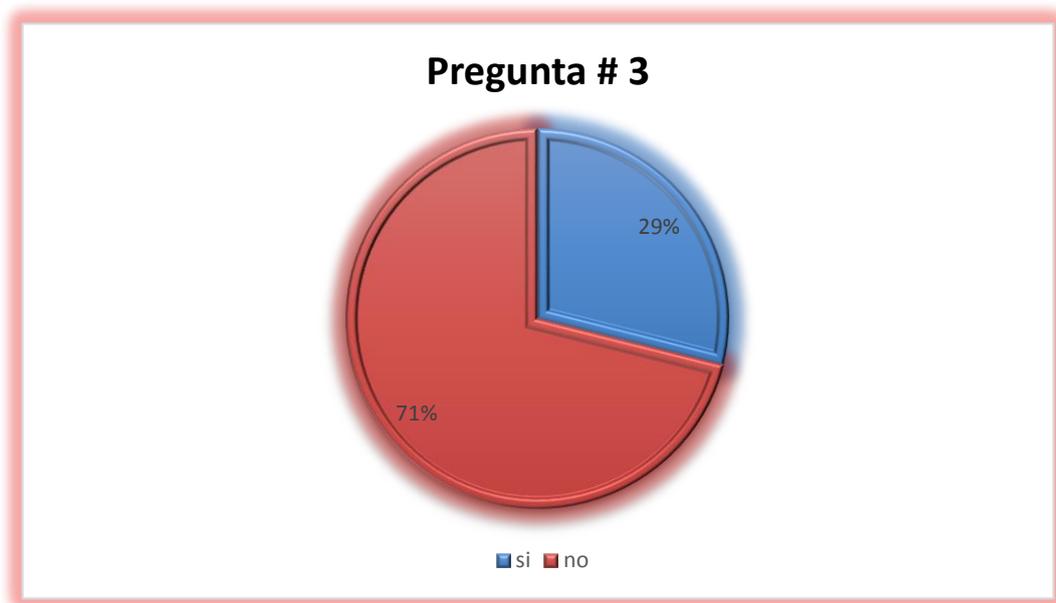
**Pregunta # 3:** ¿Ha escuchado del Centro Turístico Café Color Tierra?

**Tabla N.15**

**Pregunta # 3**

Pregunta # 3	#	%
Si	110	28,947
No	270	71,053
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 10**

**Pregunta # 3**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Una vez concluidas las encuestas 7 de cada 10 personas no conocen la ubicación del Centro Turístico Café Color Tierra representado con un 70% de la población; y con un 30% de los encuestados no conocen la localización del Centro Turístico Café Color Tierra este porcentaje nos llevó a la conclusión que se puede iniciar con la promoción de este lugar desde esta parte de la población.

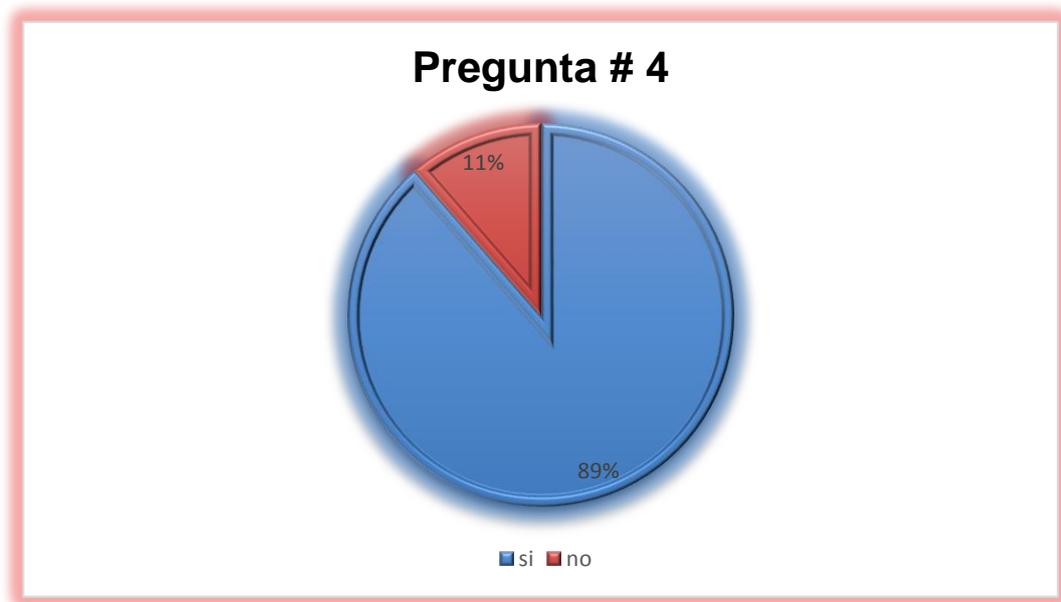
**Pregunta # 4:** ¿En el caso que no lo conociera le gustaría obtener más información de este lugar a través del internet?

**Tabla N.16**

**Pregunta # 4**

Pregunta # 4	#	%
Si	337	88,684
No	43	11,316
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 11**

**Pregunta # 4**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Completado el análisis respectivo los encuestados se pronunciaron en un 88% que están de acuerdo en que se publique información a través del internet porque en la actualidad muchas personas usan este medio; y con un 12% se representa a las personas que no conocen mucho el uso de este medio.

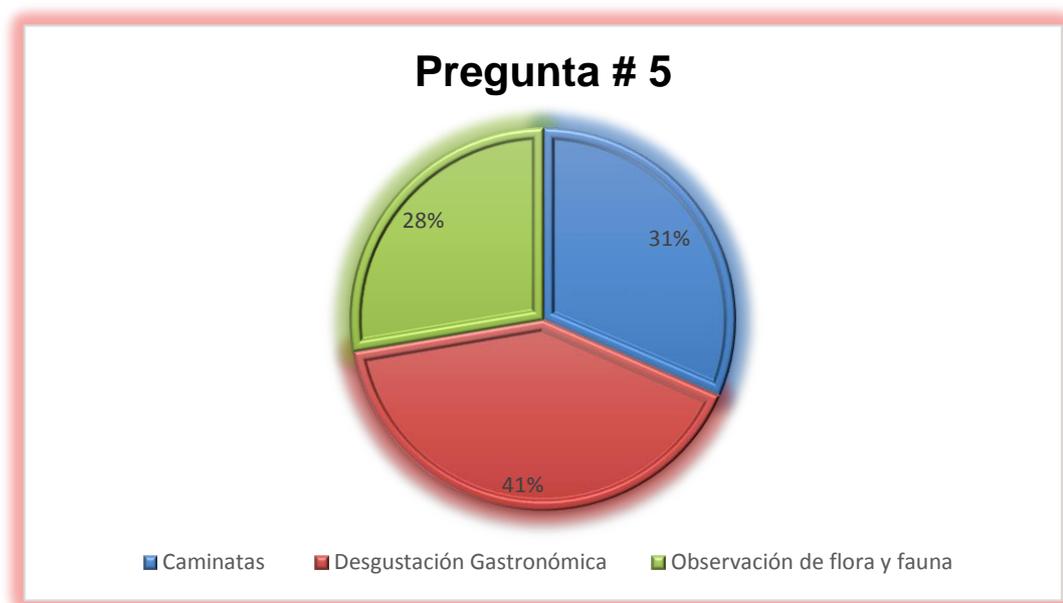
**Pregunta # 5:** ¿Qué tipo de actividades turísticas le gusta realizar cuando viaja?

**Tabla N.17**

**Pregunta # 5**

Pregunta # 5	#	%
Caminatas	119	31,316
Degustación Gastronómica	154	40,526
Observación de flora y fauna	107	28,158
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 12**

**Pregunta # 5**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Con un 41% las personas se inclinan a practicar actividades de observación de flora y fauna; dado que un 31% le encanta más el disfrute de la gastronomía que nos ofrece este sitio; por último con un 28% prefieren realizar caminatas como senderismo y embarcarse en aventuras extremas.

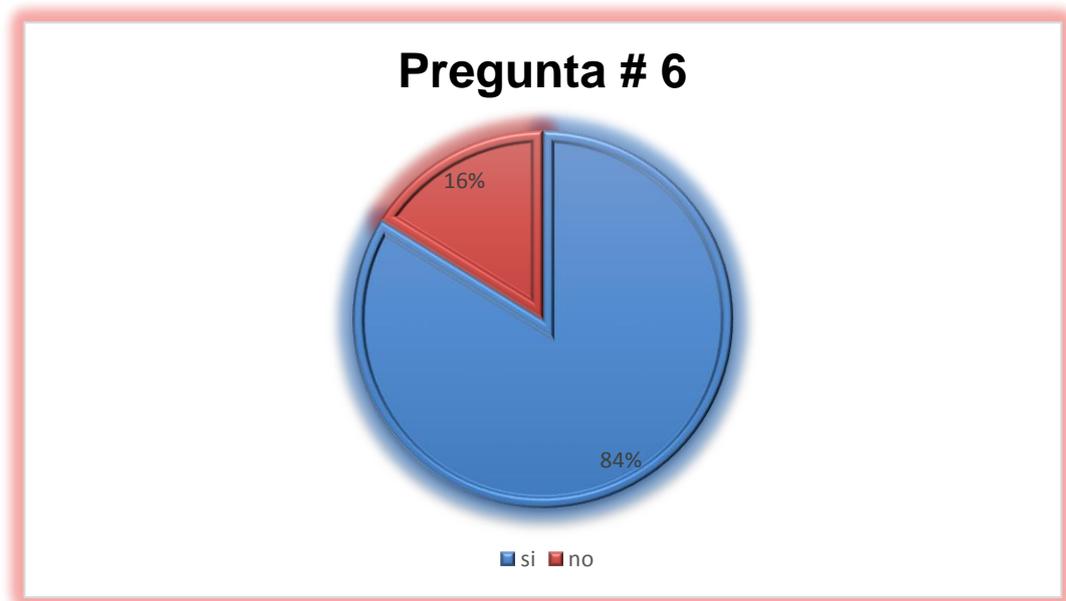
**Pregunta # 6:** ¿Usted sabe que es un Plan de Promoción Turístico?

**Tabla N.18**

**Pregunta # 6**

Pregunta # 6	#	%
Si	317	76,923
No	63	23,077
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 13**

**Pregunta # 6**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Después de haber aplicado las encuestas se obtuvo que 8 de cada 10 personas saben que es un Plan de Promoción Turístico que equivale a un 84%, el cual es algo positivo para la realización del presente proyecto; y 2 de cada 10 personas no tienen conocimiento de lo que se realizará con este Proyecto que equivale a un 16 % la cuarta parte de los pobladores

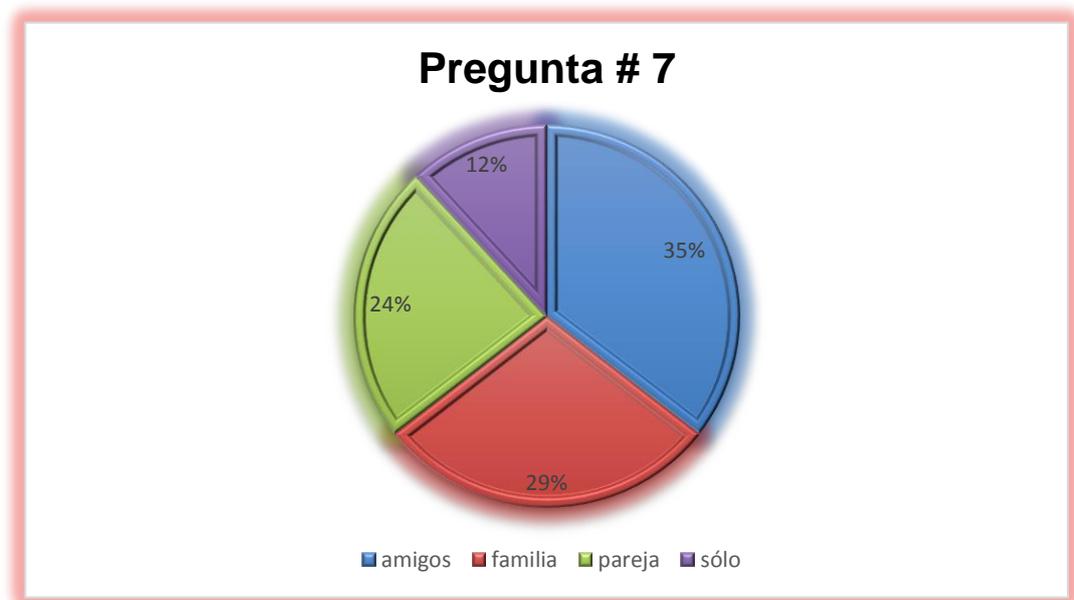
**Pregunta # 7:** ¿Cuándo usted realiza un viaje prefiere hacerlo?

**Tabla N.19**

**Pregunta # 7**

Pregunta # 7	#	%
Amigos	135	35,526
Familia	110	28,947
Pareja	90	23,684
Sólo	45	11,842
Total	380	100,000

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 14**

**Pregunta # 7**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Realizadas las encuestas con un 36% tenemos a que las personas eligieron realizar los viajes juntos con amigos; además el 29% desean hacerlo en familia; el 23% de los encuestados quieren pasar momentos junto a su pareja; y con un 12% prefieren pasar tiempo a solas.

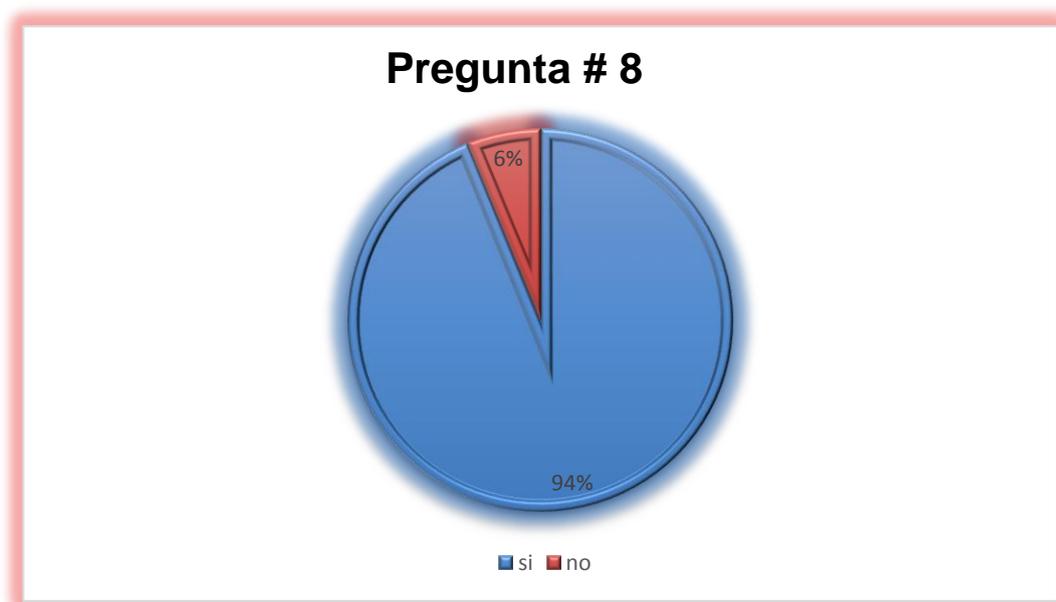
**Pregunta # 8:** ¿Cuándo usted visita un lugar Turístico prefiere que lo acompañe un guía?

**Tabla N.20**

**Pregunta # 8**

Pregunta # 8	#	%
Si	356	93,684
No	24	6,316
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 15**

**Pregunta # 8**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Una vez realizado el respectivo análisis 9 de cada 10 personas prefieren que los acompañe un guía ya que la información que imparte esta persona será muy importante para despejar dudas sobre un sitio turístico dado con un 94%, mientras que el 6 % prefiere hacerlo solo para ellos observar lo que deseen y salir de la ruta.

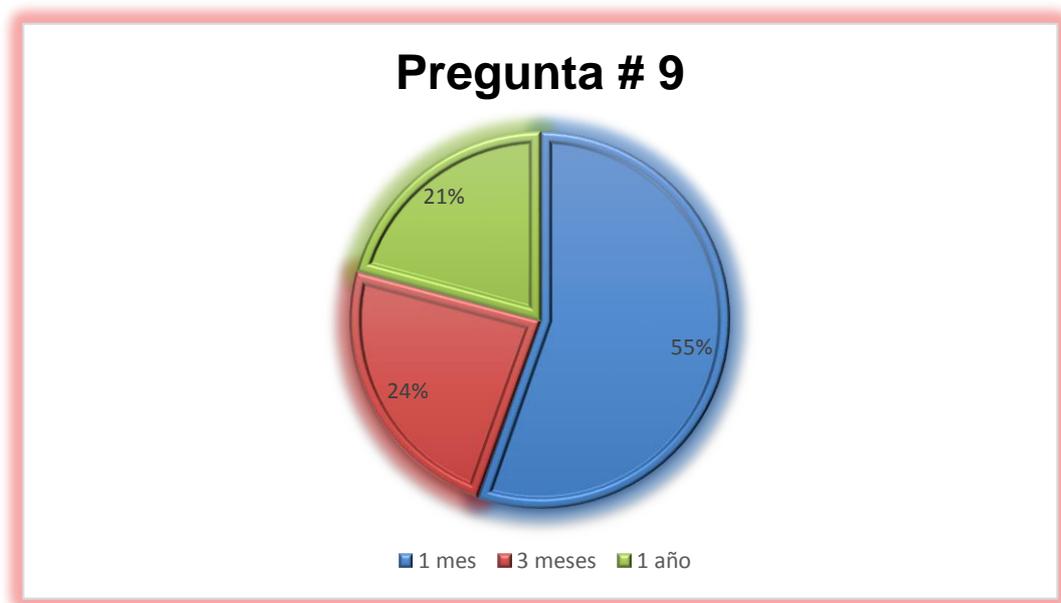
**Pregunta # 9:** ¿Con que frecuencia viaja para realizar actividades turísticas?

**Tabla N.21**

**Pregunta # 9**

Pregunta # 9	#	%
1 mes	208	54,737
3 meses	91	23,947
1 año	81	21,316
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 16**

**Pregunta # 9**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:**

Mediante la obtención de los respectivos resultados de los encuestados con un 55% realizan viajes cada mes a un sitio turístico; no obstante con un 24 % hacen visitas cada 3 meses dependiendo de los recursos económicos; y por último con un 21% tenemos a personas que salen de sus actividades diarias 1 vez al año

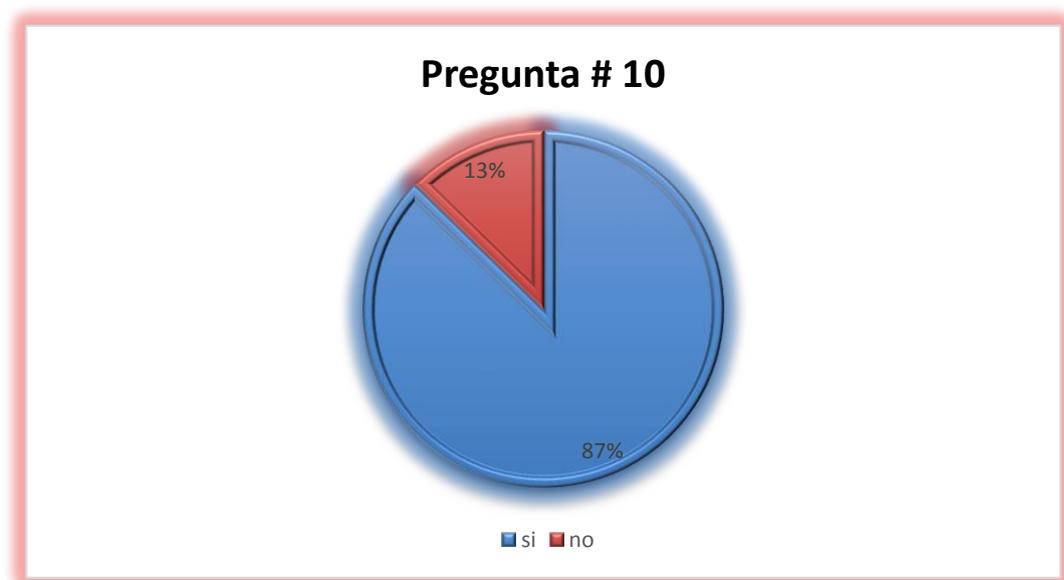
**Pregunta # 10:** ¿Cree Usted que se debería crear un Plan de promoción para aumentar la demanda Turística en este sector?

**Tabla N.22**

**Pregunta # 10**

Pregunta # 10	#	%
Si	332	87,368
No	48	12,632
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100,000</b>

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Figura N. 17**

**Pregunta # 10**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Al finalizar las respectivas encuestas se tuvo como resultado que 9 de cada 10 personas están de acuerdo en que se realice un Plan de Promoción en el Centro Turístico Café Color Tierra que equivale a un 88% de aceptabilidad; y con un 12% de personas no tienen conocimiento de este lugar por lo que no saben que necesita este sitio para aumentar el aspecto turístico.

## Conclusiones del estudio de mercado

El respectivo estudio nos permitió identificar aspectos importantes para la realización de nuestro proyecto la cual fue que en un 87% de los encuestados dijeron que si están de acuerdo en que se haga un Plan de Promoción del Centro Turístico Café Color Tierra y además en otra de nuestras preguntas con un 55% dijeron que normalmente viajan 1 vez por mes a distintos lugares de nuestro Ecuador para realizar actividades turísticas ya que normalmente las personas buscan descanso, recreación e incluso la naturaleza para salir de la cotidianidad de vida en la ciudad.

Para la realización de las encuestas se presentaron algunos aspectos tanto positivos como negativos; hablando de los positivos hubo mucha acogida en un mayor porcentaje por parte de personas que estuvieron dispuestas a colaborar para la realización de las presentes encuestas ya que están de acuerdo con este tipo de proyectos para fomentar el turismo en nuestro país, además hubo muchas preguntas por parte de los encuestados de la ubicación de este sitio para en un futuro poderlo visitar.

En el aspecto negativo, hubo una cantidad mínima que no deseaban que se les aplique las encuestas por miedo a que sus datos sean usados para realizar actividades ilícitas o cosas muy comunes que pueden afectar a su integridad, además hubo un 23% de las personas que no sabían que es un plan de Promoción Turístico entonces después de la aplicación de la misma se procedió a la respectiva explicación.

Se llegó a la conclusión que en el futuro vamos a obtener resultados positivos ya que si se fortalece la ayuda hacia este sitio por parte de las autoridades de turno se podrá hacerlo conocer a todo el país e incluso internacionalmente.

## 5.02. Descripción de la Herramienta o Metodología que propone como solución

**Señalética:** La señalética es una actividad que permite el desarrollo de un sitio mediante una forma visual, con el conjunto de señales o símbolos para ayudar a guiar y orientar a las personas hacia un sitio determinado.

**Página de Facebook:** La creación de una página en Facebook será muy importante por el uso por parte de las personas en la actualidad, además en este sitio la información se propaga de una forma muy rápida.

**Página Web:** Es un instrumento muy usual actualmente ya que es capaz de guardar, reproducir todo tipo de información con el fin de promocionar, vender o incluso satisfacer necesidades del hombre como el ahorro de tiempo y dinero.

**Material POP:** El Tríptico es una herramienta informativa que está doblada en tres partes las cuales poseen detalles importantes de un tema en específico del que se vaya a hablar; mientras tanto el flyers es un tipo de lenguaje escrito que habla de un determinado tema de una forma concisa y rápida. Medidas (29,7cm x 21cm flyers --- --- 30cm x 21 cm los trípticos).

**Tabla de información de atractivos:** Son una herramienta para recolectar información de una forma rápida y con los elementos más representativos que tenga un lugar.

**Paquete Turístico:** Es una forma ordenada de promocionar un lugar turístico, ofreciendo servicios para satisfacer las necesidades de los turistas pagando un precio.

### **5.03. Formulación del Proceso**

#### **Misión:**

Es Satisfacer siempre las necesidades y expectativas de sus clientes con relación a servicios y un producto turístico rural que contemple la conservación y mejora de los entornos naturales y culturales, contribuyendo activamente con el bienestar y concientización de la comunidad y retribuir adecuadamente a sus colaboradores y personal de trabajo.

#### **Visión:**

El Centro Turístico Café Color Tierra se propone elevar la potencia turística en todo el país dando servicios de calidad y calidez únicos, impulsando a la conservación del medio ambiente para en el futuro poder alcanzar un buen posicionamiento en el mercado nacional.

#### **Estrategia:**

En el Centro Turístico Café Color Tierra se estima alcanzar los mejores estándares para así llegar a la satisfacción de todas las necesidades de los clientes, con buenas prácticas en el ámbito turísticos y de servicios.

Se planifica promocionar a todos los atractivos turísticos de este sitio usando principalmente la tecnología ya que es un medio muy usual en la población actual a nivel mundial, además con la impartición de los trípticos y flyers que es un tipo de publicidad antiguos pero hasta el momento tienen una efectividad muy satisfactoria.

### **Información de atractivos turísticos del Centro Turístico Café Color Tierra**

Los principales atractivos del Centro Turístico Café Color Tierra son de aventura, cascadas, observación de bosques primarios y secundarios, con la observación de flora y fauna muy mega diversa en esta pequeña parte de nuestro hermoso país, lo que más atrae la atención de este sitio es la existencia de monos aulladores, por la tala de los árboles en esta parte de la comunidad mosquito de la parroquia Santa Rita ha sido un poco descontrolada provocando que estos mamíferos estén en constante movimiento además actualmente se encuentran en peligro de extinción.

Un proyecto a futuro del propietario es realizar una ruta solo para la observación de estos fenomenales primates; se está realizando unos pequeños estudios con turistas que llegan a este lugar y han escuchado la presencia de estos mamíferos muy peculiares ya que desde el Café Color Tierra se tiene la oportunidad de poderlos escuchar sus aullidos a una distancia aproximada de unos 8 km desde la cascada número 7, en alguno de los casos si se tiene suerte se los puede observar en la cascada número 13, pero hay que ser muy cautelosos ya que por el mínimo ruido de presencia humana tornan a huir rápidamente e incluso a aullar muy fuerte provocando a veces temor a los turistas, según algunos visitantes el grupo que encontramos aquí cuenta con 8 integrantes comandados por un macho de edad avanzada.

Por lo cual en el presente proyecto no haré énfasis de este atractivo, como mencioné anteriormente se espera ayuda por parte de las autoridades de turno de este sector un mayor apoyo para el apogeo de este atractivo natural y privilegiado de la provincia de Manabí.

Aplicación de las 4 P (Precio, Plaza, Promoción, Producto) del Marketing mix

Turístico:

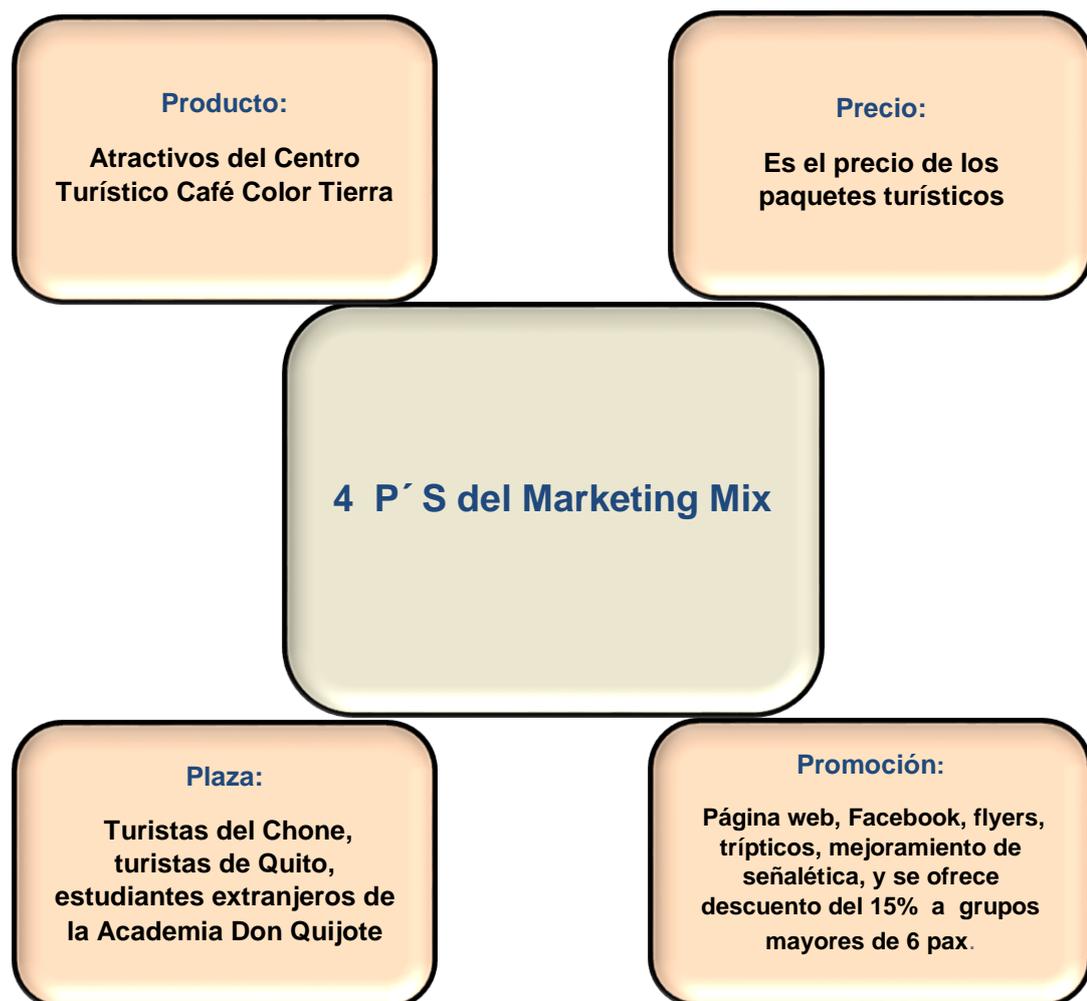


Figura N. 18

Las 4 P'S del Marketing Mix

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

## Cascada comunidad el Jobo

Tabla N.23

### Ficha de atractivo "El Jobo"

<b><u>CASCADA DEL JOBO</u></b>			
			
<p><b>Foto de la cascada El Jobo</b> <b>Fuente: Rafael Chilan 2015</b></p>			
Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	800 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<p><b>Ubicación y descripción del atractivo:</b></p> <p>Para llegar a la cascada hay que partir desde el Centro Turístico Café Color Tierra a la cual se debe realizar una caminata para llegar a la comunidad el Jobo, la señalización es óptima, a lo largo de la caminata vamos a poder observar bosques primarios e incluso parte de bosques secundarios, con la respectiva flora y fauna rica de este lugar. A la finalización del recorrido hacia la cascada el turista podrá tomar un refrescante baño en la misma.</p>			
<p><b>Actividades:</b></p> <p>Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 2h00, observación de aves e insectos.</p>			
<b>Estado:</b>	Conservado	<b>Entorno:</b>	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

## Cascadas del Centro Turístico Café Color Tierra

Tabla N.24

### Ficha de atractivo Cascada # 1

#### CASCADA # 1



foto de la cascada # 1

fuelle: Café Color Tierra 2012

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	80 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b> Para llegar a la cascada hay que partir desde el Centro Turístico Café Color Tierra a la cual se debe realizar una caminata por el sendero, la señalización actualmente es buena, a lo largo de la caminata vamos a poder observar bosques primarios con la respectiva flora y fauna rica de este lugar. Esta cascada es óptima para los visitantes menores de 13 años ya que para continuar con el ascenso a la siguiente es un poco más peligroso y complicado; podrán tomar un refrescante baño en la misma.			
<b>Actividades:</b> caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 16 a 20 minutos, observación de aves e insectos.			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.25

Ficha de atractivo Cascada # 2

**CASCADA # 2**



foto de la cascada # 2 y ave Hornero

fuelle; Café Color Tierra 2012 y Rafael Chilan 2015

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	166 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es la segunda cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo tanto sólo se recomienda su visita a personas mayores de 17 años, la señalización está en buen estado, vamos a tener la oportunidad de observar a el ave Hornero o pillaja la cual es un ave insectívora ya que su alimento lo consigue en el suelo mientras camina sus principales fuentes alimenticias son mariposas, grillo entre otros tipos de insectos; además de la observación de bosques primarios, las personas que no deseen seguir con la caminata pueden disfrutar de esta cascada.</p>			
<b>Actividades:</b>			
<p>Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 18 a 20 minutos saliendo desde la cascada # 1, observación de aves e insectos.</p>			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.26

Ficha de atractivo Cascada # 3

<b><u>CASCADA # 3</u></b>			
			
<p><b>foto de la cascada # 3 y ave El Benteveo</b></p> <p><b>fuelle; Café Color Tierra 2012 y Rafael Chilan 2015</b></p>			
Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	250 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<p><b>Ubicación y descripción del atractivo:</b></p> <p>Es la Tercera cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 17 años, la señalización está en buen estado, vamos a tener la oportunidad de observar a el ave la cual es un ave El benteveo de color muy llamativos su cabeza de color blanco con negro y su singular color amarillo que embellece su pecho, se alimenta principalmente de lombrices y larvas complementa parte de su dieta con frutas como uvas, cerezas entre otras que sean muy suaves; e incluso se alimenta de pequeños reptiles como lagartijas; además de la observación de bosques primarios, y las personas que no deseen seguir con la caminata pueden disfrutar de esta cascada..</p>			
<p><b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 25 minutos saliendo desde la cascada # 2, observación de aves e insectos.</p>			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.27

Ficha de atractivo Cascada # 4

**CASCADA # 4**



foto de la cascada # 4 y hongo silvestre

fuelle; Café Color Tierra 2012 y Rafael Chilan 2015

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	330 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es la Cuarta cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 17 años, la señalización está en buen estado, vamos a tener la oportunidad de observar distintos tipos de insectos e incluso un tipo de hongo silvestre producto de la descomposición de árboles además de la observación de bosques primarios y secundarios, y las personas que no deseen seguir con la caminata pueden disfrutar de esta cascada..</p>			
<b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 20 minutos saliendo desde la cascada # 3, observación de aves e insectos.			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.28

Ficha de atractivo Cascada # 5

**CASCADA # 5**



Foto de la cascada # 5

fuelle; Café Color Tierra 2012

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	415 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es la Quinta cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años, la señalización está en buen estado, vamos a tener la oportunidad de observar distintos tipos de especies tanto en flora como, esta cascada se caracteriza por sus aguas cristalinas, además de la observación de bosques secundarios, y las personas que no deseen seguir con la caminata pueden disfrutar de esta cascada.</p>			
<p><b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 25 minutos saliendo desde la cascada # 4, observación de aves, insectos y flora.</p>			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.29

Ficha de atractivo Cascada # 6

**CASCADA # 6**



foto de la cascada # 6

fuelle; Café Color Tierra 2012

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	500 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.

**Ubicación y descripción del atractivo:**

Es la Sexta cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años, la señalización está en buen estado, vamos a tener la oportunidad de observar distintos tipos de peces como la tilapia, barbudo, guanchiche y entre otro tipo se peces propios de esta zona del país, la principal característica de esta cascada es su magnífica caída de agua cristalina proveniente del Rio Mosquito además de la observación de bosques secundarios, y las personas que no deseen seguir con la caminata pueden disfrutar de esta cascada..

**Actividades:** Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 15 minutos saliendo desde la cascada # 5, observación de peces y flora.

<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado
---------------	------------	----------------	------------

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.30

Ficha de atractivo Cascada # 7

**CASCADA # 7**



foto de la cascada # 7 y ave El Garrapatero

fuelle; Café Color Tierra 2012 y Rafael Chilan 2015

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	585 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es la Séptima cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años por la dificultad de acceso, la señalización está en buen estado, se podrá observar al ave garrapatero mide entre 33 cm aproximadamente, su plumaje es totalmente negro, se alimenta principalmente de termitas, insectos grandes, arañas, a veces cuando son escasos estos animales suele comer frutas o semillas, su nombre se debe a que se alimenta de garrapatas ya que su presencia es importante donde hay ganado ya que ayuda a estos animales comiéndose las garrapatas que poseen siendo un excelente desparasitario. Esta cascada se caracteriza por su caída en forma de tobogán; observación de bosques selváticos, y las personas que no deseen seguir con la caminata pueden disfrutar de esta cascada.</p>			
<b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 20 minutos saliendo desde la cascada # 6, observación de aves e insectos.			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.31

Ficha de atractivo Cascada # 8

<b><u>CASCADA # 8</u></b>			
			
<p>foto de la cascada # 8 fuente; <b>Café Color Tierra 2012</b></p>			
Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	670m.s.n.m	Temperatura	19 a 27 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es la octava cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años por el grado de dificultad de acceso, la señalización está en buen estado, en la época invernal se tiene la oportunidad de observar una caída de agua magnífica por su similitud a las cascadas de mindo, es un poco difícil hacer uso de balneario por la presencia excesiva de rocas por lo que se recomienda solo observarla o tomar fotografía; además de la observación de bosque selvático. A veces se puede observar a un tipo de serpiente de color verde pero este tipo no es venenosa, se recomienda preservar la calma ya que el bosque presente aquí es de origen selvático, se recomienda el uso de botas.</p>			
<b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 25 minutos saliendo desde la cascada # 7, observación de bosque selvático.			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.32

Ficha de atractivo Cascada # 9

**CASCADA # 9**



foto de la cascada # 9

fuelle; Café Color Tierra 2012

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	753 m.s.n.m	Temperatura	20 a 28 °C Aprox.

**Ubicación y descripción del atractivo:**

Es la novena cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años por la dificultad en el acceso, la señalización está en buen estado, esta cascada tiene una forma de tobogán por lo que los turistas la prefieren para el golpe del agua relaje su cuerpo, además en la época invernal se puede observar el descenso de algunos peces como el chame, el barbudo, entre otros tipos de peces de agua dulce. El bosque es selvático.

**Actividades:** Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 15 a 20 minutos saliendo desde la cascada # 8.

<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado
---------------	------------	----------------	------------

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.33

Ficha de atractivo Cascada # 10

**CASCADA # 10**



foto de la cascada # 10

fuelle; Café Color Tierra 2012

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	835 m.s.n.m	Temperatura	20 a 27 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es la décima cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas, sobre la cascada por lo que es una de las preferidas por los turistas que les gusta practicar deportes extremos, por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años, por el grado de dificultad en el acceso, la señalización está en buen estado, de la observación de bosques selvático.</p> <p>Es la única cascada que se debe ascender sobre la cascada y con la ayuda de cuerdas por lo que algunas personas prefieren terminar el recorrido aquí.</p>			
<b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 25 minutos saliendo desde la cascada # 9.			
Estado	Conservado	Entorno	Conservado

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.34

Ficha de atractivo Cascada # 11

<b><u>CASCADA # 11</u></b>			
			
<p><b>foto de la cascada # 11</b></p> <p><b>fuelle; Café Color Tierra 2012</b></p>			
Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	920 m.s.n.m	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<p><b>Ubicación y descripción del atractivo:</b></p> <p>Es la décimo primera cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por el sendero por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años, la señalización está en buen estado, esta cascada solo se la puede observar ya que su forma y caída de agua hacen que sea imposible el acceso, además de la observación de bosques selváticos,</p>			
<p><b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 20 minutos saliendo desde la cascada # 10.</p>			
Estado	Conservado	Entorno	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.35

Ficha de atractivo Cascada # 12

**CASCADA # 12**



foto de la cascada #12 y el chame

fuelle; Café Color Tierra 2012 y tosagua.wordpress.com

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	980 m.s.n.m. aprox.	Temperatura	18 a 24 °C Aprox.
<b>Ubicación y descripción del atractivo:</b>			
<p>Es la décimo segunda cascada de nuestra ruta en la cual se empieza a ascender mediante cuerdas por lo que se recomienda su visita a personas mayores de 20 años, la señalización está en buen estado, esta cascada posee gran cantidad de agua por lo que los visitantes prefieren practicar actividades de natación; además encontramos en abundancia a un tipo de pez llamado el chame que es un tipo representativo de la provincia de Manabí, por lo que se permite la pesca únicamente teniendo cañas de pescar, las personas que no deseen seguir con la caminata pueden disfrutar de esta cascada. observación de bosque selvático</p>			
<b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 20 minutos saliendo desde la cascada # 11, observación de peces			
<b>Estado</b>	Conservado	<b>Entorno</b>	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

Tabla N.36

Ficha de atractivo Cascada # 13

**CASCADA # 13**



foto de la cascada # 13

fuelle; Rafael Chilan 2015

Categoría	Sitio Natural	Tipo	Ambiente Lacustre
Provincia	Manabí	Subtipo	Reserva Ecológica
Parroquia	Santa Rita	Cantón	Chone
Altitud	1000 m.s.n.m. aprox.	Temperatura	18 a 25 °C Aprox.
<p><b>Ubicación y descripción del atractivo:</b> Es la décimo Tercera y última cascada de nuestra ruta en la que su ascenso no se necesita cuerdas ya que poseen un sendero por dónde poder caminar se recomienda su visita a personas mayores de 20 años, la señalización está en buen estado, la fotografía actual fue tomada en la época de verano por lo que la presencia de agua es escasa, pero cabe recalcar que en la época de invierno el acceso es imposible solo se la puede divisar des unos 5 metros de cercanía por lo que no existen fotografías de la misma además son pocos los turistas que terminan el recorrido. Cabe mencionar de la presencia de monos aulladores por lo que por seguridad de los visitantes se hace una visita rápida ya que por la presencia del hombre a veces si es que se sientes amenazados se pueden tornar agresivo, pero el sonido que emiten es maravilloso en algunos casos si se tiene suerte se los podrá observar</p>			
<p><b>Actividades:</b> Caminata ecológica por el sendero de aproximadamente de 5 minutos saliendo desde la cascada # 12.</p>			
Estado	Conservado	Entorno	Conservado

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Producto:**

**Paquete Turístico La Tierra y sus Cascadas**



**Fotografía: 1** fuente; Café Color Tierra 2015

**Mapa de Cascadas**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Precio:**

**Paquete Turístico La Tierra y sus Cascadas**

**2 Días 1 Noche:**

**Itinerario Día 1**

**00:00** - Salida desde Quito a Café Color Tierra

**06:00** llegada a Café Color Tierra

**06:15** Acomodación en las cabañas "El Jobo" o "Cabañas Tierra"

**07:00** Desayuno restaurante "La olla de Café"

**8:30** Degustación de coctel de chocolate

**9:00** Caminata hacia la cascada el Jobo (observación de flora y fauna)

**12:00** Almuerzo (en la cascada el Jobo)

**15:00** Tarde en la cascada

**15:30** Retorno a cabaña "El Jobo" o "Cabañas Tierra"

**19:00** Cena "La olla de Café"

**Día 2**

**07:30** Desayuno

**08:00** Caminata hacia las 13 cascadas ("Café Color Tierra")

**10:00** Break

**11:00** Observación de aves, bosques primarios, secundarios.

**12:30** Degustación de tonga (Almuerzo)

**13:30** Tarde de cascadas (a elección del Grupo)

**16:30** Regreso a "Café Color Tierra" (tarde de deportes a elección del grupo)

**19:00** Cena

**22:00** Retorno a Quito

**Tabla N. 37**

**Lista de Precios paquete 2 Días y 1 Noche**

Paquete	Precio	Incluye	No Incluye	Recomendaciones
<b>PAQUETE LA TIERRA Y SUS CASCADAS</b>	\$ 120 pax.	Transporte  Privado,  Alimentación,  Guianza,  Entradas.	Bebidas extras  Artesanías.	Llevar ropa ligera  Protector solar  Repelente de insectos
<b>Estos precios incluyen IVA,</b>				
<b>Por la visita de grupos mayores a 6 pax. descuento del 15%</b>				

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Fotografía: 2**

**Cabaña de Alojamiento El Jobo**

**Elaborado por:** Rafael  
Stefano Chilan Sandoya



**Fotografía: 3**

**Cabaña de Alojamiento Tierra**

**Elaborado por:** Rafael  
Stefano Chilan Sandoya

**Excursión:****CASCADAS DE LA TIERRA**

08:00 Arribo a Café Color Tierra

08:30 Degustación de dulces a base de café y Cacao

9:00 Caminata hacia la primera cascada

9:30 Disfrute de la cascada

11:30 Retorno a Café Color Tierra

12:15 Almuerzo restaurante "La olla de Café"

13:30 Uso de instalaciones de Café Color Tierra

16:30 Retorno a punto de partida

**Tabla N. 38****Lista de Precios Excursión**

Paquete	Precio	Incluye	No Incluye	Recomendaciones
<b>EXCURSIÓN CASACADAS DE LA TIERRA</b>	\$ 20 pax.	Transporte  Privado,  Alimentación,  Guianza,  Entradas.	Bebidas  extras  Artesanías.	Llevar ropa ligera  Protector solar  Repelente de insectos
<b>Estos precios incluyen IVA,</b>				
<b>Por la visita de grupos mayores a 12 pax. descuento del 8%</b>				

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Fotografía: 4**

**Piscina**

**Elaborado por:** Rafael  
Stefano Chilan  
Sandoya



**Fotografía: 5**

**Restaurant La Olla de  
Café**

**Elaborado por:** Rafael  
Stefano Chilan  
Sandoya

**Plaza:**

El universo que se utilizará son:

**Pobladores del cantón Chone:** es el poblado más cercano del Centro Turístico Café

Color Tierra por lo cual se los considera parte de nuestros clientes potenciales.



**Fotografía: 6 y 7 Pobladores del Cantón Chone**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Pobladores del cantón Quito:** Se los consideró como nuestros clientes potenciales ya que los pobladores de este sector buscan lugares donde poder disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza y donde haya una variedad gastronómica; además por ser una de las ciudades con una excelente economía en todo el país.



**Fotografía: 8 y 9 Pobladores del Cantón Quito**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

**Estudiantes extranjeros de la Academia Don Quijote:** Es una opción para dar a conocer este lugar turístico a nivel internacional ya que gracias a la ayuda prestada por esta entidad educativa se facilitará mucho la promoción ya que la mayor parte de extranjeros buscan lugares donde puedan descansar y donde exista naturaleza.



**Fotografía: 10 y 11 Estudiantes Extranjeros de Academia Don Quijote**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Promoción:**

**Mejoramiento de la señalética:** Con el mejoramiento de la señalética alcanzaremos llamar la atención de las personas que transiten en la vía, además se dará una mejor perspectiva de este sitio



**Fotografía: 12 y 13**    **Elaboración de señalética**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandova



Fotografía: 14 y 15      Elaboración de señalética

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.



Fotografía: 16 y 17    Elaboración de señalética

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

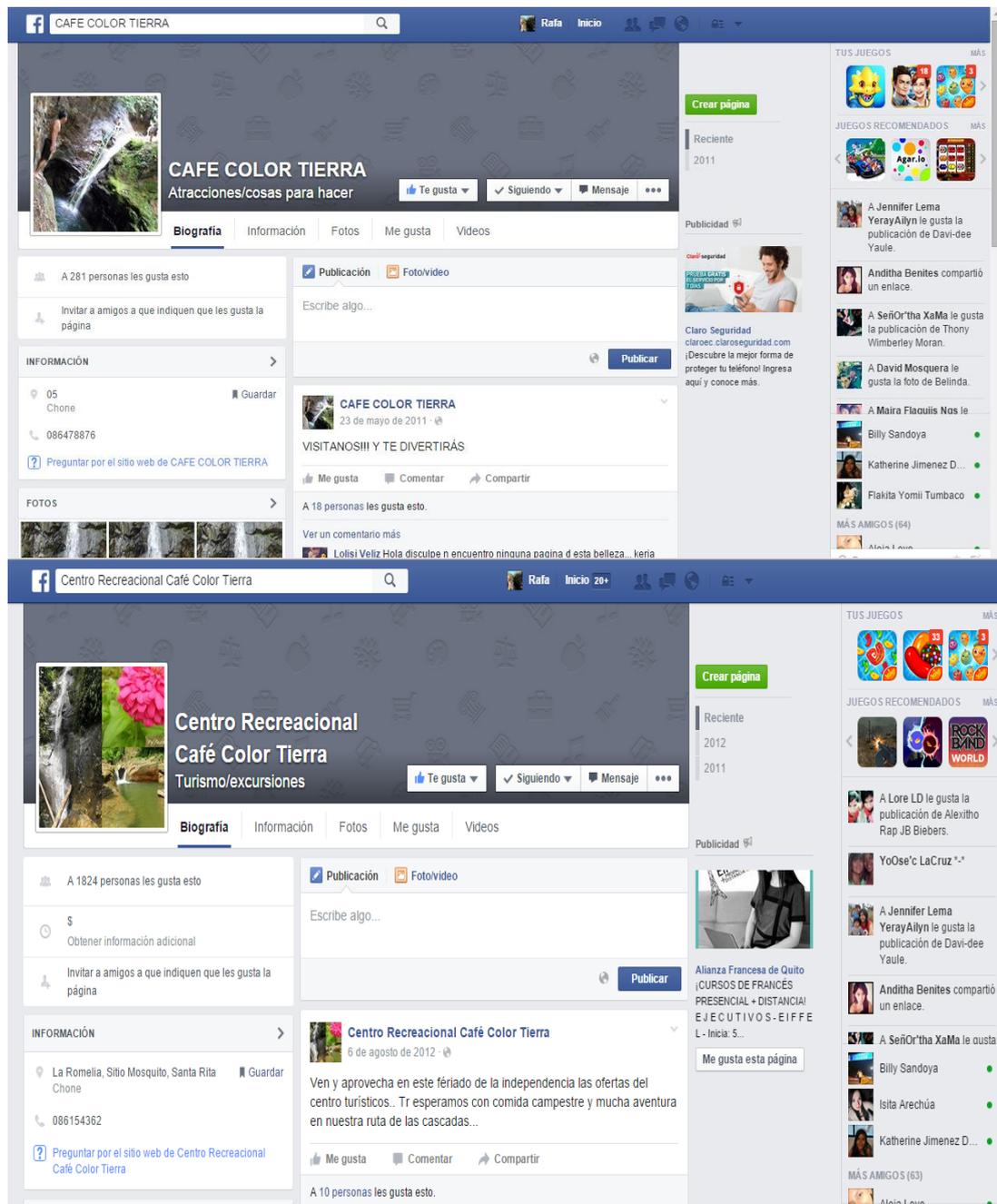


**Fotografía: 18 y 19 Elaboración de señalética**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

**Creación de Página de Facebook:** Con la creación de esta red social tan popular en todo el mundo vamos a alcanzar una publicidad muy buena ya que esta red le permite a todos los usuarios observar, fotografías, videos, compartir fechas importantes de eventos, fiestas entre otro tipo de información; se espera alcanzar un gran acogida ya que la información que se pasa por este medio va de boca en boca.



**Fotografía: 20 y 21**

**Elaboración de página de Facebook**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

**Creación de Página Web:** La creación de la página web es muy importante ya que en el momento de realizar la promoción de este sitio en las diferentes instituciones educativas, turistas extranjeros de la Academia Don Quijote, y los sector aledaños que no conozcan este sitio.



**Fotografía: 22 y 23      Elaboración de página web**

**Elaborado por: Rafael Stefano Chilán Sandoya**

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

**Material POP:** Con la creación de Trípticos y Flyers vamos a alcanzar llamara la atención de los pobladores que no tengan la posibilidad de usar los medios tecnológicos además este tipo de material se lo ha usado por años e incluso es el número uno en el mundo para la promoción de cualquier tipo de negocios aunque van a la par con el internet es un tipo de publicidad confiable pero se debe hacer un breve estudio para así no desperdiciar los recursos.

<p><b>Tour : LA TIERRA Y SUS CASCADAS</b> <b>2 días , 1 Noche</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◊ Salida desde Quito —Café Color Tierra</li> <li>◊ Acomodación en las cabanas</li> <li>◊ Desayuno restaurante La olla de Café</li> <li>◊ Degustación de coctel de Chocolate</li> <li>◊ Caminata hacia la cascada el Jobo</li> <li>◊ almuerzo</li> <li>◊ Tarde en la cascada</li> <li>◊ Retorno al baño "El Jobo" o "Cabañas Tierra"</li> <li>◊ Cena "La olla de Café"</li> </ul> <p><b>Día 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◊ Desayuno</li> <li>◊ Caminata hacia las</li> <li>◊ 13 cascadas Café Color Tierra</li> <li>◊ Break</li> <li>◊ Observación de aves , bosques primarios, secundarios.</li> <li>◊ Degustación de tomgá (Almuerzo)</li> <li>◊ Tarde de cascadas (a elección del grupo)</li> <li>◊ Retorno a "Café Color Tierra" (tarde de deportes a elección del grupo)</li> <li>◊ Cena y retorno a Quito</li> </ul> <p><b>\$ 120 pax.</b></p>	<p><b>Excursión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◊ Llegada a Café Color Tierra</li> <li>◊ Degustación de dulces a base de café y Cacao</li> <li>◊ Caminata hacia la primera cascada</li> <li>◊ Disfrutar de la cascada</li> <li>◊ Retorno a Café Color Tierra</li> <li>◊ Almuerzo</li> <li>◊ Uso de instalaciones de Café Color Tierra</li> <li>◊ Retorno a punto de partida</li> </ul> <p><b>\$ 20 pax.</b></p> <p><b>Ofrecemos desuentos a instituciones educativas y grupos mayores a 5pax.</b></p> <p><b>Todos los paquetes incluyen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentación</li> <li>• Transporte</li> <li>• Guianza</li> <li>• El tour 2 días, 1 noche (Alojamiento)</li> </ul> <p><b>Dirección:</b> Vía Quito, por la entrada a San Andrés. Desde el centro de Chone 13km. Chone- Ecuador Teléfono: 053028088 - 0986154362 Correo electrónico: cafecolortierra@hotmail.com</p>	<p><b>Centro Turístico "Café Color Tierra"</b></p>  <p><b>La integración del hombre con la Naturaleza</b></p>
--	---	--

Fotografía: 24

Elaboración de Tríptico

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

### Restaurante

#### "La Olla de Café"

El significado de su nombre es: la Olla ya que todas las preparaciones de este lugar se las realiza el ollas de barro y café por su Tierra rica en tipos de Café.

En este lugar podrás disfrutar de la rica gastronomía autóctona de este sector como las tongas, empanadas de verde, fritada, secos de gallina; todo esto a





---

### SERVICIOS TURÍSTICOS:



#### El Centro Turístico Café Color

Tierra cuenta con 13 cascadas en un recorrido que va desde los 20 m.s.n.m. hasta 1000 m.s.n.m. con un tiempo aproximado de 3:30, cada una de estas vertientes naturales posee un encanto único que te llenará de emociones y sobre todo el vértigo de la aventura.

### INSTALACIONES:

- ◆ Cancha de fútbol
- ◆ Piscina
- ◆ Hammacas
- ◆ Bañías ecológicas
- ◆ Comedor

Además podrás degustar la variedad de frutas propias de la región




Fotografía: 25

Elaboración de Tríptico

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandova

**Centro Turístico  
"Café Color Tierra"**

*La interacción del hombre con la Naturaleza*

Ven y Disfruta de una fenomenal aventura en nuestra ruta de las cascadas, degusta la deliciosa comida campesina, realiza actividades deportivas en familia y con amigos en nuestra cancha de fútbol, volleyball, y además podrás sumergirte en nuestra relajante piscina.

Si buscas confort y tranquilidad te invitamos a pasar un momento junto a la tranquilidad de la naturaleza.

*Te esperamos para brindarte la mejor experiencia de tu vida!*

**TOURS 2 días 1 Noche desde \$ 120 pax.**

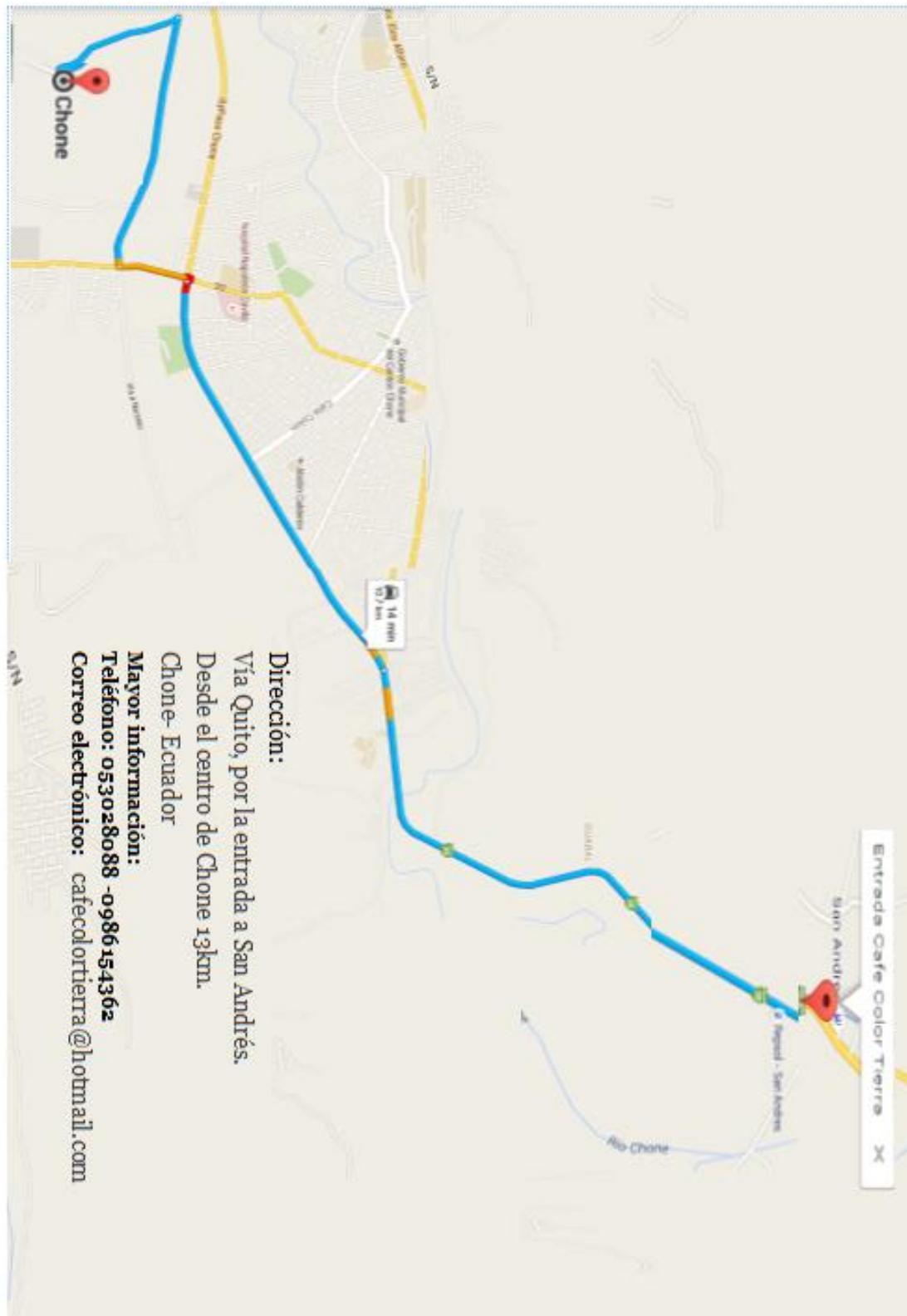
**Excursiones desde \$ 20 pax.**

**OFRECEMOS GRANDES DESCUENTOS A GRUPOS DE MÁS DE 5 PAX**

Fotografía: 26

Elaboración de Flyers

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya



**Fotografía: 27**

**Elaboración de Flyers**

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandova

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

## CAPÍTULO VI

### 6.0. Aspectos Administrativos

#### 6.01. Recursos

Son el conjunto de medios que permiten la subsistencia de la sociedad, empresa, etc con el fin de alcanzar algo determinado

**Tabla N. 39**

#### Talento Humano

Talento Humano	
Investigador	Rafael Stefano Chilan Sandoya
Directora de carrera	Ing Frikizia Mendoza
Tutor	Ing. Gissella Paredes
Lector	Ing. Diego Jarrín
Propietarios del Centro Turístico Café Color	Lic.: Dixo Zambrano y Yamilee Zambrano
Tierra	Pobladores de la comunidad Mosquito
Población	

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Tabla N. 40**

#### Recursos Tecnológicos

Recursos Tecnológicos		
Creación de página web	Internet	Cámara
Elaboración de Página de Facebook	Computador	Flash memory
Impresora	Celular	

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Tabla N. 41****Recursos Económicos**

Recursos Económicos		
Movilización	Impresiones	Empastados
Alimentación	Anillados	Resma de papel
Hospedaje	Carpetas	Esferos
Pintura	Sobres manilas	Tanque de reserva de agua (donación del investigador)
Mangueras de agua ( donación del investigador)	Lápiz, borrador, grapas.  Trípticos y flyers impresión en empresa KREA PUBLICIDAD	Cd impreso

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Tabla N. 42****Recursos Materiales**

Recursos Materiales		
Pintura	Impresiones, copias	Empastados
Mangueras de agua (donación del investigador)	Anillados  Carpetas	545rEsferos  Tanque de reserva de agua (donación del investigador)
Madera residuos sobrantes	Sobres manilas  Lápiz, borrador, grapas.	Cd impreso
Flyers	Trípticos, Flyers	

**Elaborado por:** Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Después de haber identificado a los diferentes tipos de recursos que usaremos se llegó a la conclusión que cada uno de ellos fueron son fundamentales para el desarrollo del proyecto, la función en conjunto de todos estos participantes será muy esencial ya que cada uno de estos cumplen papeles necesarios como el talento humano, los recursos económicos, los recursos materiales, y no olvidar a los recursos tecnológicos; a cada uno de ellos se les tuvo que hacer el respectivo estudio para que su aporte sea adecuada en la realización de este Plan de promoción.

## 6.02. Presupuesto

Es un cálculo del coste de los posibles previstos en un tiempo establecido en una entidad pública o privada que se la aplica de una forma sistemática y clara para la obtención de los resultados que se deseen.

Tabla N. 43

### Presupuesto

N° Orden	Detalle	Cantidad	V. U.	V. Total	Responsable
<b>Recursos Tecnológicos</b>					
1	Cámara	1	0	0	Autogestión
2	Computadora	1	0	0	Autogestión
3	Internet	6 meses	25,00	150,00	Autogestión
4	Flash memory	1	10,00	10,00	Autogestión
5	página web	1	Gratis	Gratis	Autogestión
6	Página de Facebook	1	Gratis	Gratis	Autogestión
<b>Sub Total</b>				160,00	
<b>Recursos Económicos</b>					
9	Movilización	5	60,00	300,00	Autogestión
10	Alimentación	0	0	0	Autogestión
11	Hospedaje	0	0	0	Autogestión
<b>Sub Total</b>				300,00	
<b>Recursos Materiales</b>					
12	Pintura	1	30,00	30,00	Autogestión
13	Mangueras de agua (donación del investigado)	1	30,00	30,00	Autogestión
14	Tanque de reserva de agua (donación del investigador)	1	70,00	70,00	Autogestión
15	Impresiones	600	0,10	60,00	Autogestión
16	Copias	380	0,05	19,00	Autogestión
17	Cd impreso	1	10,00	7,00	Autogestión
18	Lápiz	2	0,25	0,50	Autogestión
19	Borrador	1	0,20	0,20	Autogestión
20	Grapas.	1	1,00	1,00	Autogestión
21	Empastados	2	15,00	30,00	Autogestión
22	Madera (Sobras)	0	0	0	Autogestión
23	Anillados	3	1,25	3,75	Autogestión
24	Carpetas	2	0,20	0,40	Autogestión
25	Flyers (copias a Color)	50	0,50	25,00	Investigador y propietario
26	Flyers (papel Couche)	4	3,00	12,00	Autogestión
27	Trípticos (copias a Color)	50	0,25	12,50	Investigador y propietario
28	Trípticos (papel Couche)	4	4	16,00	Autogestión
<b>Sub Total</b>				317,35	
<b>Total General</b>				777,35	

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

**Análisis:** Tomando en cuenta a los diferentes recursos que se usaron en la herramienta; los dividimos en este cuadro por ítems.

En primer lugar encontramos al ítem de los recursos tecnológicos, se usó cámara fotográfica, computadora, creación de una página web, página de Facebook los cuales no tuvieron ningún valor económico; pero el uso de internet su valor fue de \$150,00 por los 6 meses que duró la realización del proyecto y además la adquisición de una flash memory con un costo de \$ 10,00.

En el segundo grupo encontramos a los recursos económicos, Los gastos que se produjeron fueron la movilización con un costo por viaje de \$60,00 pero cabe recalcar que se tuvieron que realizar 5 visitas al Centro Turístico Café Color Tierra esto fue porque se mejoró el asunto de la señalética y las investigaciones pertinentes de campo dándonos un total de \$300,00; el alojamiento y la alimentación no tuvo ningún costo por la gran estadía que me brindó el propietario.

El último recurso que se nombró fue el material con un gasto un poco mayor porque se compró pintura \$30,00 para la señalética; se donó un tanque de agua y mangueras por \$100,00 para el mejoramiento de la infraestructura de una cabaña de Café Color Tierra; en las impresiones y copias se gastó \$79,00 este material se usó para la realización de encuestas y revisiones del proyecto que hizo el tutor; la adquisición de lápices, borrador, grapas, carpeta fue de \$2,10; la madera usada para la señalética fue un retazo de la tala de un árbol; el anillado, empastado e impresión del cd se pagó \$40,75; las copias a colores de los flyers y trípticos fue \$ 37,50; los tríptico y flyers en papel couche que se presentarán en la sustentación valieron \$28,00 se los adquirió en la imprenta KREA PUBLICIDAD; con un Total General de gastos de \$777,35.

### 6.03. Cronograma

“Un Cronograma es una representación gráfica y ordenada con tal detalle para que un conjunto de funciones y tareas se lleven a cabo en un tiempo estipulado y bajo unas condiciones que garanticen la optimización del tiempo”. (Orozco, 2014).

Tabla N. 44

Cronograma del proyecto

Meses	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	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
Semanas																												
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		
Sustentación																											X	

Elaborado por: Rafael Stefano Chilan Sandoya

---

## CAPÍTULO VII

### 7.0. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01. Conclusiones

- ❖ La realización de la promoción del Centro Turístico Café Color Tierra incrementará la economía del propietario, la cual aportará para realizar mejoras en la parte de la infraestructura y brindar un excelente servicio y trato a los turistas.
  
- ❖ Con el paso del tiempo podrá ser captado por las distintas operadoras turísticas que podrían ayudar a un despegue fenomenal de este sitio.
  
- ❖ Lo más importante es que según el estudio que se realizó dieron resultados positivos, ya que la mayor parte de las personas buscan ambientes naturales para tener momentos de relax dado que el Centro Turístico Café Color Tierra es un sitio que se encuentra rodeado de una increíble biodiversidad capaz de acoger a este tipo de turistas.

## 7.02. Recomendaciones

- ❖ Al Municipio del Cantón Chone Promover y brindar el apoyo técnico y asesoría para que los proyectos que se planteen los propietarios se vayan cumpliendo poco a poco y así permitir el desarrollo de este sector para que en el futuro tenga su propia sustentabilidad y sostenibilidad.
- ❖ A los propietarios del Centro Turístico Café Color Tierra La actualización de los datos a través de la tecnología o de publicidad escrita de una forma constante como es la aplicación de promociones, eventos, festivales; ya que esto permitirá que los turistas se entusiasmen y animen a visitar este sitio.
- ❖ A los propietarios del Centro Turístico Café Color Tierra No olvidar el grado de importancia, cuidado y conservación del medio ambiente el cual va a ser un poco alterado dependiendo del número de visitantes que a futuro vaya acogiendo se recomienda realizar un plan de Conservación Ambiental para evitar la degradación inmediata de este sitio.

## REFERENCIAS

- Chone, G. (2010). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://www.chone.gob.ec/index.php?gc=18>
- contactopyme. (23 de 09 de 2012).  
<http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>. Obtenido de <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- Dan. (28 de 06 de 2009). *camionetica*. Obtenido de <http://www.camionetica.com/2009/06/28/significado-de-los-colores-en-el-diseno-de-logotipos/2/>
- definicion.de. (2015). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://definicion.de/plan/>
- definicion.de. (04 de 05 de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/turismo/#ixzz3ieDHkAiU>
- definicion.de. (15 de 08 de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/excursion/>
- definicion.mx. (15 de 08 de 2015). Obtenido de <http://definicion.mx/turista/>
- Definiciones.de. (2015). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://definicion.de/plan-de-desarrollo/>
- ECUADOREXTREMO. (15 de 05 de 2015). Recuperado el 14 de 06 de 2015, de [http://ecuadorextremo.com/regiones/sierra\\_andina.htm](http://ecuadorextremo.com/regiones/sierra_andina.htm)
- ECUADOREXTREMO. (15 de 05 de 2015). Recuperado el 14 de 06 de 2015, de [http://ecuadorextremo.com/regiones/oriente\\_amazonica.htm](http://ecuadorextremo.com/regiones/oriente_amazonica.htm)
- ECUADOREXTREMO. (15 de 05 de 2015). Recuperado el 14 de 06 de 2015, de [http://ecuadorextremo.com/regiones/insular\\_galapagos.htm](http://ecuadorextremo.com/regiones/insular_galapagos.htm)
- ECUADOREXTREMO. (05 de 15 de 2015). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de [http://ecuadorextremo.com/regiones/costa\\_litoral.htm](http://ecuadorextremo.com/regiones/costa_litoral.htm)
- Farber & Bonta. (2002). En F. Bonta, *199 preguntas sobre marketing y publicidad* (pág. 44). Bogotá: Norma.
- Gonzalez, M. (20 de 07 de 2002). *gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- Halberstadt, J. (2015). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/ubicacion-geografia-y-clima.html>
- INEC. (2010). Recuperado el 14 de 06 de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- INEC. (28 de 11 de 2010). *ecuadorencifras.gob*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- Jiménez, A. (20 de 02 de 2013). *El blog Salmon*. Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-tipos-de-mercados-existen>
- LogoTIPOS.Com. (15 de 06 de 2005 ). *logotipos.com*. Obtenido de <http://www.logotipos.com.mx/recursos/color/cafe.html>
- matrizfoda. (15 de 09 de 2011). <http://www.matrizfoda.com/>. Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/>
- monografias.com. (15 de 08 de 2015). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos15/ecoturismo/ecoturismo.shtml#ixzz3iui0v nz6>
- Optur. (2013). Recuperado el 14 de 06 de 2015, de <http://www.optur.org/ecuador-informacion-general.html>
- Orozco, D. (14 de 05 de 2014). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/cronograma/>
- PRETELL et al. . (12 de 08 de 2014). *Pixel Creativo*. Obtenido de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>
- Region.com. (18 de 06 de 2015). Obtenido de <http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/672/turismo672.htm>
- Sabino, C. (2000). El Proceso De Investigación. En C. Sabino, *El Proceso De Investigación* (págs. 30-31). Carácas: Panapo.
- slideshare.net. (15 de 08 de 2015). Obtenido de <http://es.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>
- Tierra, C. (01 de 10 de 2009). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://cafecolortierra.blogspot.com/>
- Viajandox. (2014). Recuperado el 15 de 06 de 2015, de <http://www.viajandox.com/manabi.htm>
- Wigodsky, J. (14 de 07 de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Zambrano, D. (15 de 08 de 2015). Origen de Café Color Tierra. (R. Chilan, Entrevistador)

# ANEXOS

## Finca Turística Ecológica



Acuerdo Ministerial #0174

Chone, octubre del 2015

Ingeniera  
Frikzia Mendoza Msc.  
DIRECTORA DE CARRERA ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA  
Presente.-

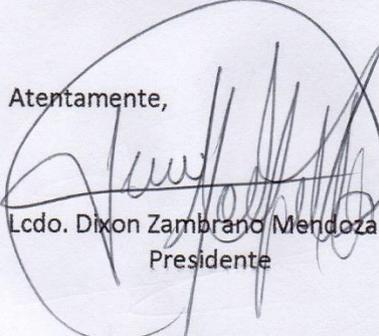
De mis consideraciones

Por medio de la presente comunico a usted, que el señor Chilan Sandoya Rafael Stefano con cédula de identidad N.- 172325869-3 realizo su proyecto de titulación con el tema "PLAN DE PROMOCION DEL CENTRO TURISTICO CAFÉ COLOR TIERRA".

Cuyo objetivo principal es fortalecer a desarrollar mediante esta obra la demanda turística, ya que nuestro país es uno de los mejores lugares a visitar.

Por la colaboración brindada quedamos muy agradecidos

Atentamente,

  
Lcdo. Dixon Zambrano Mendoza  
Presidente

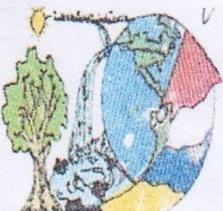


Sitio Mosquito-La Rumelia

Vía Quito-entrando por el sitio San Andrés Km-7

Telef. 0986154362-23018088-0980322134

Email: [jazame2009@hotmail.com](mailto:jazame2009@hotmail.com) – Facebook: [cafecolor tierra](https://www.facebook.com/cafecolor tierra)



## ANEXO # 2

ENCUESTA DEL PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ  
COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA,  
CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE  
INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

**Por favor seleccione una de las opciones con una (X) según a su criterio, la presente encuesta, toda la información recibida por parte de los encuestados será en su totalidad anónima.**

### Datos Generales

GÉNERO: M  F

EDAD: 16- 20  21- 28  29-3  37- Adelante

GENERALMENTE USTED POR QUE VIAJA:

Recreación  Negocios  Descanso o Placer  Compras  Otro

1.- ¿Usted conoce el Cantón Chone, Localizado al noroccidente de la costa ecuatoriana?

Sí  No

2.- ¿Conoce la Comunidad Mosquito ubicada en la parroquia Santa Rita, entrada a San Andrés a 13 km en sentido sur-norte antes de llegar al Cantón Chone?

Sí  No

3.- ¿Ha escuchado del Centro Turístico Café Color Tierra?

Sí  No

4.- ¿En el caso que no lo conociera le gustaría obtener más información de este lugar a través del internet?

Sí  No

5.- ¿Qué tipo de actividades turísticas le gusta realizar cuando viaja?

Caminatas  degustación Gastronómica  Observación de flora y fauna

6.- ¿Usted sabe que es un Plan de Promoción Turístico?

Sí  No

7.- ¿Cuándo usted realiza un viaje prefiere hacerlo?

Amigos  familia  pareja  sólo

8.- ¿Cuándo usted visita un lugar Turístico prefiere que lo acompañe un guía?

Sí  No

9.- ¿Con que frecuencia viaja para realizar actividades turísticas?

Cada: 1 mes  3 meses  1 año

10.- ¿Cree Usted que se debería crear un Plan de promoción para aumentar la demanda

Turística en este sector?

Sí  No

**AGRADECEMOS POR SU COLABORACIÓN PRESTADA**

### ANEXO # 3



PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

## ANEXO # 4



PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.

---

PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO CAFÉ COLOR TIERRA, LOCALIZADO EN LA PARROQUIA SANTA RITA, CANTÓN CHONE, PROVINCIA DE MANABÍ, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA DEMANDA TURÍSTICA.