

Cristina Elizabeth Lugmaña Pinto

INSTITUTO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN TURISMO

Tutor Académico: Mgs. Laura Araujo

Fecha de presentación – 28 – agosto – 2024

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.2

Sangolquí, 08 de noviembre del 2024

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

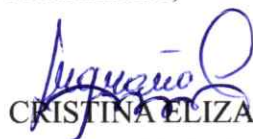
Presente

Por medio de la presente, yo, **CRISTINA ELIZABETH LUGMAÑA PINTO** declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado **ENCUENTRAME ATAHUALPA**, de la Tecnología Superior **EN TURISMO**; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



CRISTINA ELIZABETH LUGAMAÑA PINTO
C.I.: 1720037355

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2024-ISTER-1

CARRERA:

TECNOLOGIA SUPERIOR EN TURISMO

AUTOR /ES:

CRISTINA ELIZABETH LUGMAÑA PINTO

TUTOR:

MSC. LAURA ISABEL ARAUJO JARAMILLO

CONTACTO ESTUDIANTE:

+593 98 757 3362

CORREO ELECTRÓNICO:

elyzlu82@gmail.com

TEMA:

ENCUENTRAME ATAHUALPA

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

Encuéntrame Atahualpa, es una propuesta que combina a la naturaleza con el espíritu del ser humano, el proyecto se basa en brindar a los usuarios un espacio nuevo donde podamos desarrollar nuestra conexión espiritual con un entorno natural, la oportunidad de calmar la mente, abrir el corazón y el espíritu de tranquilidad con una mezcla de aventura. El presente trabajo está direccionado a identificar el potencial turístico de la parroquia Atahualpa para que tanto pobladores como autoridades trabajen en el desarrollo, sé busca aprovechar los recursos naturales y culturales convirtiéndoles en generadores de recursos económicos. El proyecto reconoce la suma importancia de poder conectar con nosotros mismos por medio de la naturaleza, donde vamos a fortalecer nuestro desarrollo emocional y el bienestar personal, promocionar una experiencia integral que combine aventura, tranquilidad y exploración espiritual. Esta combinación no solo atrae a quienes buscan aventuras al aire libre, sino también a aquellos interesados en encontrar paz interior y renovación espiritual en un ambiente natural. Respondiendo a la necesidad de la sociedad, donde las personas buscan escapar de la rutina y el estrés diario.

PALABRAS CLAVE:

- **PROYECTO**
- **EXPERIENCIA**
- **ECOTURISMO**
- **CONSERVACION**
- **ESPIRITUALIDAD**

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

 www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

- NECESIDAD
- RECURSOS

ABSTRACT:

Encuentrame Atahualpa is a proposal that combines nature with the spirit of the human being. The project is based on providing users with a new space where we can develop our spiritual connection with a natural environment, the opportunity to calm the mind, open the heart and the spirit of tranquility with a mix of adventure. This work is aimed at identifying the tourist potential of the Atahualpa parish so that both residents and authorities work on development, seeking to take advantage of natural and cultural resources by turning them into generators of economic resources. The project recognizes the utmost importance of being able to connect with ourselves through nature, where we will strengthen our emotional development and personal well-being, promoting a comprehensive experience that combines adventure, tranquility and spiritual exploration. This combination not only attracts those seeking outdoor adventures, but also those interested in finding inner peace and spiritual renewal in a natural environment. Responding to the need of society, where people seek to escape from routine and daily stress.

PALABRAS CLAVE:

- PROJECT
- EXPERIENCE
- ECOTOURISM
- CONSERVATION
- SPIRITUALITY
- NEED
- RESOURCES



SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 08 de noviembre del 2024

Sres.-
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital “DsPace” del estudiante: **CRISTINA ELIZABETH LUGMAÑA PINTO**, con C.I.:**1720037355** alumno de la Carrera **TECNOLOGIA SUPERIOR EN TURISMO**.

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: 1720037355

SÓLO PARA USO DEL ISTER

Han sido revisadas las similitudes del trabajo en el software “TURNITING” y cuenta con un porcentaje de; motivo por el cual, el Proyecto Técnico de Titulación es publicable. (EL PORCENTAJE DE SIMILITUD DEBE SER MÁXIMO DE 15%)

MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA

MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN

Fecha del Informe ____ / ____ / ____

Contenido

Antecedentes	5
Capítulo 1: Marco teórico	5
Turismo	5
Tipos de turismo.....	5
• Turismo cultural.....	5
• Turismo espiritual	6
• Turismo de naturaleza.....	6
Ecoturismo	6
Turismo y conservación	7
Producto turístico	7
Sistema turístico	7
Ejemplo de un programa turístico de naturaleza y espiritual.....	8
Itinerario:	8
Parroquia Atahualpa.....	10
Ubicación	10
Límites	10
Altitud	10
Clima y pluviosidad	10
Superficie	11
Relieve	11
Agua.....	11
Infraestructura	11
Servicios básicos	11
Salud.....	11
Educación	12
Antecedentes históricos.....	12
Etimología de Atahualpa.....	13
Relevancia para el turismo	13
Análisis de la oferta turística:.....	14
Alojamiento:.....	14
Alimentación	15
Atractivos turísticos.....	16
Información Turística, servicios de guía y agencia de viajes	18
Análisis de la demanda turística.....	18
Tipo de turismo	19

Análisis FODA.....	20
Estrategias propuestas	21
Capítulo 2 : Árbol de problema	22
Problema principal	23
Causas.....	23
Efectos	23
Solución al problema principal	24
Objetivo general.....	24
Objetivos Específicos.....	25
Justificación:	25
Solución viable para el problema principal	25
Soluciones innovadoras	25
Metodología de investigación	26
Motivadores para escoger el tema.....	26
Investigación documental y principales autores.....	27
Investigación exploratoria	27
Desarrollo de la propuestas	27
Matriz para el diseño del producto	27
Cronograma.....	31
Presupuesto.....	33
Capitulo 3 : Desarrollo de Elementos de comercialización.....	34
Elementos del marketing mix.....	34
Producto.....	34
Precio.....	34
Plaza	35
Promoción.....	36
Personas	36
Procesos	37
Presentación física	37
Antes del viaje.....	38
Durante el viaje	38
Después del viaje.....	40
Plan de acción de marketing	40
Estrategias de marketing digital	41
Desarrollo de la marca.....	41
Diseño marca.....	41
Identidad visual	42

	4
Marca Encuéntrame Atahualpa	43
Elaboración pagina web	43
Redes sociales	47
Instagram	48
Diseño de elementos publicitarios	49
Conclusiones	52
Recomendaciones.....	53
Bibliografía	53
Ilustración 1 Perfil del turista grupo de edad.	18
Ilustración 2 Motivo de viaje del turista	19
Ilustración 3 Actividades realizadas por turistas.....	19
Ilustración 4 Árbol de problemas: causas y efectos.	23
Ilustración 5 Logo	42
Ilustración 6 Identidad visual marca Encuéntrame Atahualpa	43
Ilustración 7 Captura de pantalla del celular de la app Encuéntrame Atahualpa	45
Ilustración 8 Print de pantalla del sitio web Encuéntrame Atahualpa.....	47
Ilustración 9 Página oficial de Instagram del proyecto Encuéntrame Atahualpa.....	48
Ilustración 10 Captura de pantalla de como el cliente vería la página oficial en Instagram desde su celular.....	49
Ilustración 11 Elemento publicitario, canasta de legumbre y hortalizas recolectadas en la finca que se entrega al final del tour con el logotipo del proyecto	50
Ilustración 12 Elemento publicitario botellas de agua con el logo del proyecto	50
Ilustración 13 Elemento publicitario folletos y anuncios	51
Ilustración 14 Elemento publicitario tarjeta de agradecimiento por la visita	51
Ilustración 15 Elemento publicitario tarjeta de agradecimiento por la visita	52

Antecedentes:

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo en la parroquia de Atahualpa en el norte de Quito. Se procedió al levantamiento de información en torno a la necesidad de la parroquia de explotar su potencial en el campo turístico, conociendo así todos los recursos existentes dentro del sitio con el fin de determinar sus principales fortalezas para encaminarlas en el sector turístico y obtener los mejores resultados.

El objetivo principal es gestionar de manera rentable el turismo sostenible, brindando un espacio de bienestar emocional para los participantes, a través de una experiencia memorable que combine la aventura, espiritualidad y conexión con la naturaleza y la cultura de la parroquia Atahualpa. Por lo tanto, los objetivos específicos se basan en aumentar la visibilidad y atractivo turístico de Atahualpa como destino cultural y natural, destacando sus paisajes, actividades al aire libre, y patrimonio cultural. Generar un desarrollo económico local mediante la actividad turística que beneficien a los residentes del lugar y crear un plan estratégico para mitigar los puntos de decadencia del lugar.

Capítulo 1: Marco teórico**Turismo:**

Actividad humana que está destinada a satisfacer necesidades motivacionales y personales de los turistas, solventando la misma mediante actividades personalizadas y detalladas. (Mendoza, 2014)

El turismo es el conjunto de una serie de actividades que nos permiten conocer lugares, ciudades y países; se trata sobre el desplazamiento de personas con el fin de ocio, exploración o negocios. Busca brindar una serie de experiencias en base a costumbres y tradiciones de los lugares a los cuales se visite, esta actividad tiene un impacto positivo en las económicas locales.

Tipos de turismo

- **Turismo cultural:**

Es un tipo de turismo que se basa en la creación humana y su memoria aprovechando de manera racional dichos recursos culturales que posea un lugar. (Baudrihaye, 1997)

El turismo cultural se enfoca en ofertar una experiencia en base a las tradiciones, y patrimonio de un lugar específico. Implica que se conozca la

historia a través del arte, eventos, galerías, festividades, museos, iglesias, etc. La interacción con la identidad propia del lugar es significativa en este tipo de turismo, ya que se fomenta el respeto y entendimiento intercultural.

- **Turismo espiritual:**

Es un término reciente que abarca a un tipo de turistas que prefiere adentrarse en un encuentro espiritual a través de viajes y estas experiencias sea religiosa o no. (Cárdenas, 2013)

Es una experiencia relacionada con la espiritualidad y el crecimiento personal. Los potenciales turistas buscan conectar con su propio ser a través de la naturaleza , este tipo de turismo brinda espacios con actividades que les permitan la meditación , la reflexión y concentrarse en buscar su armonía en dicho entorno.

- **Turismo de naturaleza:**

Ofrece una enorme oportunidad de conectar con el ambiente , el ecosistema que diversos lugares nos ofrecen , este tipo de turismo se centra en percibir de manera directa con lo natural para desconectar a los turistas del hábitad urbano y estresante. (Quintana, 2017).

Este tipo se basa en ofrecer una experiencia en entornos naturales, realizando actividades como la observación de la vida silvestre sin perturbaciones significativas y recreaciones al aire libre.

Ecoturismo:

El ecoturismo es una combinación entre la pasión por el viaje y la preocupación por el medio ambiente. Este tipo de turismo sugiere tener objetivos que estén de la mano con la sostenibilidad, conservación del ecosistema. (Montes, 2006)

Se enfoca en abordar la importancia de la protección de los sitios verdes, evitando un alto impacto en el medio ambiente, es así que se educa a los posibles turistas para minimizar el daño a los ecosistemas; implementa al turista la necesidad de proteger estos recursos para poder disfrutarlos.

El atractivo turístico central son los ambientes naturales poco alterados y las expresiones culturales. Busca la recreación del visitante a través de la observación y su educación a partir de los valores naturales y culturales del espacio. (Montes, 2006)

Turismo y conservación :

Proteger los recursos naturales y culturales que constituyen la oferta turística es fundamental para la creación de objetivos como la creación de las áreas protegidas que consiste en el resguardo de la biodiversidad haciendo así que todas las actividades económicas utilizando estos recursos deben ser supervisados y controlado por las autoridades ambientales. (RECK & MARTINEZ, 2019)

La relación entre el turismo y la conservación se implementa con la educación y conciencia, brindar incentivos para la protección de las regiones para el desarrollo comunitario, evitando que se genere un gran impacto ambiental, la presión sobre los recursos naturales y las alteraciones de las mismas. Se plantea un equilibrio mediante planificaciones, monitoreos, participación de la población y sus visitantes.

Producto turístico :

El producto turístico se caracteriza por la combinación de recursos y servicios tangibles e intangibles. (Pujota Vilatuña, 2022)

Los elementos que son actores principales para la comercialización de los servicios hacia los consumidores están conformados por el alojamiento, atractivos, recursos, recreación, actividades del personal, etc. Con el fin de brindar un espacio donde el cliente tenga una experiencia de satisfactoria e inolvidable, por lo siguiente se forman diferentes subproductos que generan una amplia gama de ofertas para el mercado.

Por lo tanto, podemos definir al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios generados en secuencia para saciar la demanda turística.

Sistema turístico:

Es un modelo conceptual de procesos caracterizado por un conjunto de elementos organizados acorde a sus funciones y su localización espacial, que se interrelacionan entre sí mediante los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio. (NICOLAS, 2019)

Ejemplo de un programa turístico de naturaleza y espiritual

Tour Cuyabeno 4 días

El siguiente programa turístico nos brinda un panorama espectacular en Cuyabeno, ubicado en las faldas de los Andes, este proyecto nos invita a explorar y descubrir este santuario en la gran amazonia del Ecuador. (EXPEDITION ECUADOR, 2024)

Itinerario:

Día 1:

- Llegada y registro en el Logde Caiman
- Paseo en canoa y visita comunitaria , sesión de terapia de sonido
- Degustación gastronomía local
- Mirador de aves en la torre de observación.
- Baño en el lago al atardecer
- Merienda y descanso

Día 2:

- Desayuno
- Caminata profunda en la selva amazónica
- Almuerzo
- Meditación y reflexión en espacio verde
- Charla informativa de la biodiversidad
- Merienda
y
descanso

Día 3:

- Desayuno
- Meditación de gratitud
- Excursión senderismo
- Almuerzo
- Visita a una comunidad indígena, ritual espiritual
- Actividades recreativas. Taller de exploración
- Merienda
- Observación de estrellas y espacio de reflexión
- Descanso

Día 4:

- Meditación guiada
- Desayuno saludable
- Última excursión y visita
- Taller de cierre, reflexión final

- Almuerzo
- Regreso al puerto
- Fin de los servicios.

Parroquia Atahualpa

Ubicación:

Atahualpa es una Parroquia Rural del Distrito Metropolitano de Quito (Cantón Quito), está ubicado en la Provincia de Pichincha, República del Ecuador. Reconocida como una importante zona ganadera, agrícola y florícola, con característicos bosques nativos , imponentes paisajes majestuosos y un apreciable patrimonio cultural. Desde la ciudad de Quito queda a 80 Km, a una hora y media de distancia por carretera asfaltada. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Límites:

- Limita al norte con la provincia de Imbabura y la Parroquia de San José de Minas
- Limita al sur con la parroquia Chavezpamba
- Limita al este con la provincia de Imbabura y la parroquia de Puéllaro
- Limita al oeste con la parroquia San José de Minas

(GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Altitud:

1.533 m.s.n.m

Clima y pluviosidad :

Va desde 1.800 msnm hasta los 3.777 msnm, las precipitaciones promedio de los años, 2000 al 2009 son de 596,20 mm por año, los años más lluviosos son el 2000 con 733 mm y 2008 con 823 mm; en tanto que los más secos son el 2001, 2003, y el 2009 con precipitaciones por debajo de los 500 ms. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Superficie:

La superficie aproximada de la parroquia es de 84,78 Km , durante la época preincaica estuvo habitada por culturas originarias del norte del país, la etnia que habito estas tierras fue Pirucho, etnia que perteneció a la cultura Quito-Cara. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Relieve:

Muestra pendientes pronunciadas y fuertes que limitan la producción agropecuaria. Se compone de fosas de origen tectónico rellenas con una alternancia de sedimentos fluvio-lacustres y fluvio-glaciares cuaternarios (areniscas, arenas, conglomerados, arcillas) de origen volcánico (coladas, lahares, proyecciones, cineritas, cenizas cementadas o cangahua). (MARCALLA, 2016)

Agua :

Cuenta con numerosas fuentes de agua al estar rodeado por afluentes y ojos de agua naturales como: Mojandita, los Amarillos, Turucucho, río Piganta, río Mojanda Grande y río Mojandita, abastecen a comunidad de la parroquia y parroquias vecinas como Chavezpamba , la presencia de este recurso hídrico es porque esta cerca al paramo que si bien no ha sido conservado de la mejor manera y sin embargo sigue brindando este valioso recurso . (MARCALLA, 2016)

Infraestructura:

Esta conformado por obras, servicios de desarrollo económico que pueden ser utilizados para el desarrollo de toda la actividad turística. Incluye a su vez los servicios básicos como: salud, transporte, vías de comunicación.

Servicios básicos**Salud :**

El servicio de salud con el que dispone la parroquia esta destinado para atender pequeñas situaciones médicas , sin embargo no está preparado para acudir a una emergencia de mayor dificultad. La parroquia tiene un Centro de Salud. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Educación :

La calidad de la educación ha mejorado significativamente con la construcción de escuelas y colegios sea en la parte central de la parroquia como en sus alrededores, todos sus habitantes utilizan estas instalaciones educativas ya ofrecen un nivel académico que se ajusta al pensum académico que solicita el estado. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Antecedentes históricos

Según (MARCALLA, 2016) “ En 1870 se construye una plaza y una capilla a consecuencia de las conquistas que sufrieron estas tierras, sin embargo el 1 de agosto de 1896 fue delegada como parroquia perteneciente al cantón Quito”.

Atahualpa- Habaspamba , tiene larga historia a través de los años, ha erguido una impresionante iglesia de 4 naves principales, que se contruyo a base de pura minga, el principal director fue el señor Antonio Flores, quien administraba y organizaba el trabajo, dicha edificación duró varios años y es en donde alaba a la sagrada imagen de la Virgen del Quinche en una piedrecita que fue encontrada por dos indígenas al regreso de una romería a la Virgen desde el Quinche en la quebrada de Patararca, los 2 indígenas resguardaron la imagen por varios años en su hogar y con el pasar del tiempo se logra realizarle un templo con ayuda de un sacerdote. Es por eso que los Atahualpences son devotos y llevan el nombre de la virgencita en cada uno de sus pasos. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Culturalmente la población ha mantenido una identidad de parroquianos quienes se han dedicado a la agricultura, ganadería y comercialización de productos de la parroquia.

La alimentación se centró en el consumo de granos, cereales, tubérculos, frutas y hortalizas entre ellos habas , ocas, fréjol, arveja, trigo, cebada, chocho , ocas, mellocos,

zapallo, sambos, maíz, zanahoria blanca, papas, camote, aguacates, chirimoyas, tomate de árbol, uvillas, chigualcanes, taxos, granadillas, limones, mandarinas, guayabas, moras, mortiños, caña de azúcar, toctes, coles, lechugas, cebollas, ajo, zanahoria amarilla, acelga, remolachas, pimiento, calabacín y otros. Esto indudablemente ha contribuido a un buen estado de salud en la mayoría de gente. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Posteriormente la Parroquia Atahualpa alcanzo grandes avances en su crecimiento y sobre todo poseer un alto valor cultural, que permite ser un punto importante para la explotación del turismo.

Etimología de Atahualpa

Su antiguo nombre es Habaspamba (que significa “planicie de habas”). Atahualpa se encuentra ubicada en la región del río Cubí, en la prehistoria estaba poblada por las tribus de la Etnia Caranqui que habito toda la zona centro norte de Pichincha desde la hoya del Guayllabamba hasta la provincia del Carchi, Munango fue el cacique de todas estas tribus, quien con su gente ayudó al curaca Añaquito en la guerra contra Huayna Cápac que invadió estas tierras. Tolas, sepulcros y pirámides de este pueblo se encuentran desde las faldas del cerro Mojanda expandidas en las cinco parroquias que hoy conforman La Ruta escondida. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

A lo largo del tiempo la Colonia fue parte de una amplia encomienda centrada en Perucho, en aquella época existió un adoratorio al sol y junto a él una laguna sagrada llamada El Machay donde habitaba el gran sacerdote que dirigía las ceremonias, rituales y las curaciones a todos los peregrinos que asistían al sitio. (GOBIERNO AUTONOMO

DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

En 1.586, el encomendero de los territorios de los Piruchos ,el Capitán Diego Torres fue el que tomó como propiedad los terrenos de lo que hoy es Piganta, Chavezpamba y Alobuela. Posteriormente se apoderan los Padres Agustinos, más tarde se apropian las familias Herrera, Venegas y Arco López. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)

Relevancia para el turismo

Mi proyecto Encuéntrame Atahualpa, es una propuesta que combina a la naturaleza con el espíritu del ser humano, el proyecto ofrece un tour de un día completo en la parroquia de Atahualpa, ubicado a una hora con 20 minutos de la capital de Quito en la provincia de Pichincha. El desarrollo del mismo se basa en brindar a los usuarios un espacio nuevo donde podamos desarrollar nuestra conexión espiritual con un entorno natural, la oportunidad de calmar la mente, abrir el corazón y el espíritu de tranquilidad con una mezcla de aventura.

El presente trabajo está direccionado a identificar el potencial turístico de la parroquia Atahualpa para que tanto pobladores como autoridades trabajen en el desarrollo y adecuación de los recursos con mayor potencial.

Los pobladores buscan aprovechar los recursos naturales y culturales convirtiéndolos en generadores de recursos económicos, el objetivo es desarrollar diferentes actividades para aprovechar lo que las tierras de Atahualpa ofrecen al público.

Realizaremos un levantamiento de información de todos estos recursos donde identificaremos las diferentes fortalezas, potencialidades y debilidades del sitio.

El proyecto reconoce la suma importancia de poder conectar con nosotros mismos por medio de la naturaleza, donde vamos a fortalecer nuestro desarrollo emocional y el bienestar personal. Se promueve el turismo en un lugar cercano a la ciudad, sin alejarse demasiado de este centro urbano. Esto permite que más personas puedan participar en el tour de un día completo sin enfrentar largos desplazamientos. El proyecto busca promocionar una experiencia integral que combine aventura, tranquilidad y exploración espiritual. Esta combinación no solo atrae a quienes buscan aventuras al aire libre, sino también a aquellos interesados en encontrar paz interior y renovación espiritual en un ambiente natural. Respondiendo a la necesidad de la sociedad, donde las personas buscan escapar de la rutina y el estrés diario.

Análisis de la oferta turística:

Nuestra querida parroquia cuenta con un conjunto de recursos que se han convertido en productos y servicios para ofertar al público, como: hospedaje, guía, comida, transporte , actividades recreativas según las preferencias del turista, entre otras. Atahualpa tiene innumerables atractivos que puede incrementar el flujo de visitantes, por lo que nos beneficiaría en cuanto al desarrollo económico generando significativamente oportunidades laborales.

La calidad de los servicios ha destacado a la parroquia, los productos turísticos se han diversificado por lo que el destino puede llegar a ser de gran potencial.

En el siguiente apartado vamos a ver qué servicios nos ofrece:

Alojamiento:

Servicio de hospedaje según las necesidades y preferencias de los clientes, opciones que podrían estar disponibles en la zona.

Tabla 1 Oferta de alojamiento en Atahualpa

ALOJAMIENTO	
<i>HOTELES Y HOSTALES</i>	ALLPA LINDA
	DIABLO HUMA
	EL INCA REAL
	FINCA SAN JOSE
<i>CASAS DE HACIENDA Y ALOJAMIENTOS RURALES</i>	OFRECEN UNA EXPERIENCIA MAS AUTENTICA Y TRADICIONAL, SE BRINDA A LOS VISITANTES LA OPORTUNIDAD DE EXPERIMENTAR LA VIDA EN EL CAMPO Y PARTICIPAR EN LAS ACTIVIDADES AGRICOLAS.
<i>ALOJAMIENTOS FAMILIARES Y AIRBNB</i>	FAMILIAS LOCAES OFRECEN SERVICIOS DE ALOJAMIENTO PROPIOS EN SUS HOGATES
<i>AREAS DE ACAMPADA</i>	SITIOS ASIGNADOS PARA ALOJAMIENTO AL AIRE LIBRE

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Alimentación

Los visitantes podrán encontrar una variedad de una variedad de opciones que reflejan la rica tradición culinaria de la región. Aquí hay algunas posibilidades:

Tabla 2 Oferta de alimentación en Atahualpa

ALIMENTACION	
<i>RESTAURANTES Y COMEDORES</i>	RESTAURANTE DIABLO HUMA
	COMEDOR LAS PALMERAS
	RESTAURANTE MAR & SIERRA
	FRITADAS DE MARISOL

LOCALES	ASADERO EL PROGRESO
	LA COBACHA
	HELADERIA LA TALANQUERA
PUESTOS DE COMIDA CALLEJERA	LUGARES EXCELENTES PARA PROBAR PLATOS AUTENTICOS Y ECONOMICOS
CAFETERIAS Y PANADERIAS	
	SE OFRECE UNA VARIEDAD DE BEBIDAS CALIENTES, BOCADILLOS, DESAYUNOS, PASTELES Y PRODUCTOS DE PANADERIAS FRESCOS.
PRODUCTOS LOCALES Y MERCADOS AGRICULTORES	OFRECE UNA VARIEDAD DE PRODUCTOS FRESCOS Y NATIVOS, PRODUCTOS ARTESANALES QUE PUEDEN SER UTILIZADOS PARA PREPARAR COMIDAS CASERAS

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Atractivos turísticos:

En la parroquia Atahualpa cuenta con una colección de 7 atractivos turísticos resumidos dependiendo de lo que el visitante quiera realizar:

Tabla 3 Oferta de atracciones turísticas en Atahualpa

ATRACIONES TURISTICAS		
	OPCIONES	SERVICIOS/PRODUCTOS
FINCAS	ORGANICA AMIGA	HORARIO DE ATENCION, VISITA DE ANIMALES, VISITA DE CULTIVOS, VENTA DE CUYES Y HORTALIZAS, CABALGATAS, CAMPINGS , HOSPEDAJE , CADA FINCA POSEE UN COSTO PARA EL INGRESO, PISCINA
	ORGANICA EL MOTILON	
	TRUMOJANDA	
	DALI ORGANICOS	
	VICENTE GUERRA	
	FELIPE SEGOVIA	

	ASOTURIN	DE TRUCHAS, ETC.
CASCADAS	EL CUCHO	ACCESO AL SITIO, TARABITA, COLUMPIO, CAMPING, SERVICIOS DE BAR, TODOS LOS LUGARES TIENEN UN COSTO DE INGRESO, PISCINAS AGUA TERMALES, SENDERISMO, AVISTAMIENTO DE AVES, ETC.
	RIO MOJANDA	
	LA ESCONDIDA	
	LA INGALARCA	
	SANTA BARBARA	
	RUMIWASI	
	SAN MANUEL DEL PILON	
MIRADORES	BORREGOLOMA	ACCESO GRATUITO, CAMINATAS, OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA
	SAN MANUEL DEL PILON	
	LOS AMARILLOS	
BALNEAREOS	EL CUBI	DESAYUNOS, ALMUERZOS, CAMINATAS, CAMPING, SAUNA, TURCO, HIDROMASAJE, POSEE COSTO DE INGRESO
	SAAVI	
	CENTRO ATAHUALPA	
PARAMOS	MOJANDA	GUIA PERSONALIZADA CON COSTO, RECORRIDO SENDERO, ACCESO LAGUNAS, VISITA PARAMO
	CAMBUGACHO	

BOSQUES	EL MOYAL	GUIA PERSONALIZADA CON COSTO , ACCESO GRATUITO , SENDERO , AVISTAMIENTO FLORA Y FAUNA
	EL MOYAL ALTO	
	CEDROPAMBA	
	MOJANDA GRANDE	
	TURUCUCHO	
	PIGANTA	
SITIOS PATRIMONIAL ES	PARQUE CENTRAL	DISFRUTAR DE LA CULTURA Y PATRIMONIO
	INGLESIA	
	INMACULADA	
	CAMPO SANTO	

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Información Turística, servicios de guía y agencia de viajes:

No se encuentran agencias de viajes registradas en la parroquia de Atahualpa, sin embargo, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Atahualpa Habaspamba es la autoridad que permite la gestión y ejecución del turismo en el sitio, el cual promociona de manera individual, administra y promueve los servicios.

Análisis de la demanda turística

Atahualpa posee un gran potencial para convertirse en un atractivo principal a nivel nacional, dada la ubicación y las características de la parroquia en Quito, Ecuador, es posible identificar varios tipos de turismo que podrían atraer a los visitantes a la zona. Hay que tomar en cuenta los gustos y necesidades de cada turista, hay aprovechar la riqueza natural y cultural de la zona con lo que podemos ofrecer una experiencia única de turismo sostenible. Debemos desarrollar y planificar varias estrategias para ir cumpliendo los parámetros que los clientes necesitan.

Ilustración 1 Perfil del turista grupo de edad.

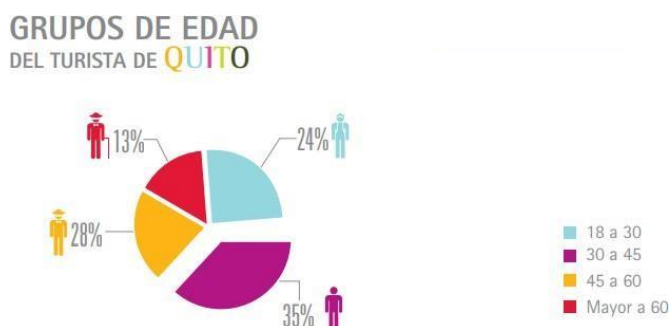




Ilustración 2 Motivo de viaje del turista

Fuente: (QUITO TURISMO, 2013)

ACTIVIDADES REALIZADAS POR TURISTAS EN QUITO

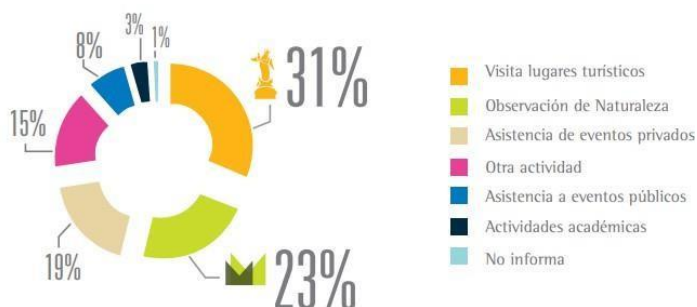


Ilustración 3 Actividades realizadas por turistas

Fuente: (QUITO TURISMO, 2013)

Al analizar el perfil del turista junto con la demanda podemos revelar que el grupo de personas entre los 18 a los 60 años posee un gran interés en realizar una visita a lugares, áreas vacacionales y de relajación, este grupo busca invertir en experiencias que les permitan conectar con su bienestar y tranquilidad.

Los motivos de viaje son realmente importantes porque podemos brindar a partir de dicha información un espacio acorde a sus necesidades.

Tipo de turismo

El tipo de turismo que aplicamos en este proyecto es una combinación entre el natural y espiritual, porque nos vamos a enfocar en regalar una experiencia dentro de la naturaleza realizando a través de la meditación para conectar con la belleza y tranquilidad del entorno.

Análisis FODA

Se aplicó la herramienta del FODA en el proyecto Encuéntrame Atahualpa, donde podemos identificar de manera estratégica cuáles son los puntos que podemos explotar de manera positiva, cuáles son los que debemos mitigar. Esta información nos ayuda a estudiar, analizar y planificar diferentes actividades para enfrentar la situación actual y proyectar a futuro el crecimiento turístico

Tabla 4 Análisis FODA

Fortalezas:	Oportunidades:
<p>1.-La parroquia cuenta con una rica diversidad de recursos naturales, como paisajes montañosos, fuentes de agua y ecosistemas únicos, que pueden atraer a turistas interesados en actividades al aire libre y ecoturismo.</p> <p>2.-Atahualpa tiene una historia cultural rica y diversa, con vestigios de civilizaciones preincaicas y coloniales, lo que puede ser un atractivo para los turistas interesados en la historia y la arqueología. 3.-La parroquia tiene un potencial agrícola significativo, con tierras fértiles que pueden ser aprovechadas para la producción de alimentos y productos agrícolas de alta calidad. 4.- Atahualpa se encuentra cerca de otras atracciones turísticas populares en la región, como el Parque Nacional Cayambe Coca y el volcán Cotopaxi, lo que puede aumentar su atractivo como destino turístico.</p>	<p>1.Existe una oportunidad para desarrollar el turismo sostenible en la parroquia, aprovechando sus recursos naturales y culturales de manera responsable para generar ingresos y promover la conservación ambiental.</p> <p>2.- El turismo puede ser una fuente de diversificación económica para la parroquia, creando oportunidades de empleo y negocios en sectores como la hostelería, la restauración y la artesanía.</p> <p>3.- Se puede promover la comercialización de productos locales, como alimentos orgánicos, artesanías y productos agrícolas, para generar ingresos adicionales y apoyar a la comunidad local.</p> <p>4.-Invertir en la mejora de la infraestructura turística, como carreteras, señalización y servicios básicos, puede aumentar la accesibilidad y la comodidad para los visitantes.</p>

<p>Debilidades:</p> <p>La Parroquia podría encontrarse con restricciones en su infraestructura, tales como vías en condiciones precarias o una oferta de servicios básicos insuficiente, lo cual podría tener un impacto desfavorable en la experiencia de los turistas. La disponibilidad de atención médica también podría ser limitada, planteando un desafío en situaciones de emergencia tanto para los habitantes locales como para los visitantes. Además, la competencia con otras zonas turísticas cercanas podrían representar un obstáculo para atraer turistas y consolidarse como el destino preferido.</p>	<p>Amenazas:</p> <p>El turismo mal gestionado puede tener impactos negativos en el medio ambiente, como la degradación de los ecosistemas naturales y la contaminación, lo que podría afectar la atracción turística a largo plazo.</p> <p>La parroquia puede ser vulnerable a eventos naturales como terremotos, erupciones volcánicas o deslizamientos de tierra, que podrían afectar la infraestructura y la seguridad de los visitantes.</p>
---	---

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Estrategias propuestas

- Promover actividades turísticas únicas que destacan los recursos naturales y culturales de la parroquia, como senderismo en el páramo, visitas a sitios arqueológicos locales o experiencias gastronómicas con ingredientes locales.
- Invertir en la mejora de la infraestructura turística, como la construcción y mantenimiento de carreteras, señalización adecuada, desarrollo de senderos para caminatas y la instalación de servicios básicos en áreas turísticas clave.
- Realizar campañas de promoción y marketing dirigidas a públicos específicos, tanto a nivel nacional como internacional.
- Fomentar el desarrollo de servicios turísticos de calidad.

- Brindar capacitación y apoyo a los residentes locales interesados en trabajar en el campo turístico, promoviendo el empleo local.
- Establecer alianzas con otras instituciones, empresas y actores locales, así como con entidades gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro, para trabajar en conjunto en la promoción y desarrollo del turismo en la parroquia.
- Organizar eventos y festivales culturales, deportivos o gastronómicos que atraigan a visitantes y generen interés en la parroquia como destino turístico.

Al implementar estas estrategias de manera integral y coordinada, se puede potenciar el turismo en la Parroquia Atahualpa, beneficiando a la comunidad local y contribuyendo al desarrollo económico y social de la región.

Capítulo 2: Árbol de problema

El principal problema que radica en la Parroquia de Atahualpa, se basa en el escaso flujo turístico, falta de atracción que nos restringe de manera directa el desarrollo económico dentro del lugar. El motivo es la poca promoción turística y visibilidad a nivel nacional e internacional, que reduce las posibilidades de que el lugar sea explotado positivamente, generando un escaso interés en los potenciales visitantes. Además, la infraestructura limitada, impidiendo la accesibilidad total hacia las atracciones, a esto se le suma la gran inseguridad por la que está atravesando el país, que ahuyenta de manera progresiva y afecta a la reputación del mismo y por ende el lugar. Estos factores combinados crean un entorno poco adecuado para el crecimiento turístico en Atahualpa, impidiendo así el aprovechamiento pleno de su potencial económico y cultural.

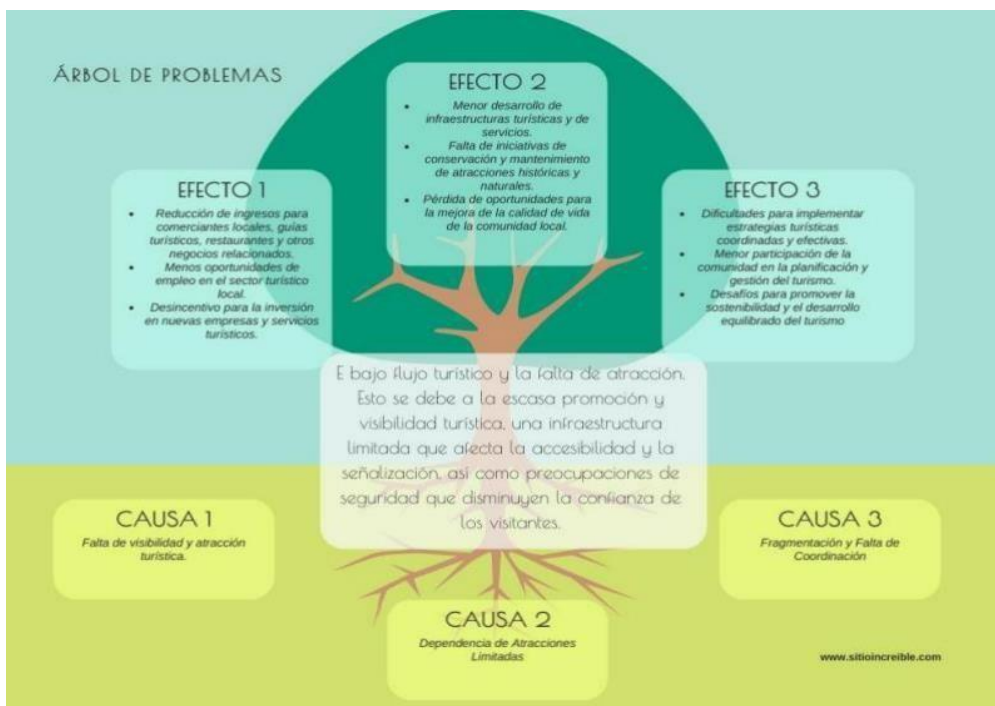


Ilustración 4 Árbol de problemas: causas y efectos.

Problema principal:

Debido al bajo flujo de turistas y la falta de atracción causada por la limitada promoción y visibilidad turística, junto con una infraestructura insuficiente que afecta la accesibilidad y señalización, y las preocupaciones sobre la seguridad reducen la confianza en la visita.

Causas:

- Dependencia de atracciones limitadas
- Falta de visibilidad turística
- Falta de administración y coordinación

Efectos:

- Reducción de ingresos para la comunidad de la parroquia

- Escasa oportunidad de empleo en el sector turístico
- Falta de iniciativas de conservación mantenimiento de atracciones.

Solución al problema principal

El proyecto Encuéntrame Atahualpa ofrece una solución integral a través de un enfoque que abarca la mejoría desde las infraestructuras, estrategias de promoción-marketing y el fortalecimiento de la seguridad.

Se crea una campaña de marketing utilizando diferentes redes sociales como Instagram , tiktok y whatsapp , creando un contenido de blogs e información de viajes , esta plataformas nos permiten llegar a segmentar nuestra audiencia y elevar el interés a través de videos o publicaciones, que serán subidas acorde a un calendario de que información se debe publicar por día.

Se crea una planificación para promover la visibilidad en la audiencia que vamos a abarcar, destacando recursos autóctonos de la parroquia.

Elevar las ofertas que sean más atractivas y promociones temporales, creando una agenda para participar en ferias de turismo haciendo conocer el producto, creando eventos y festivales, apoyar con proyectos comunitarios para informar y educar a los residentes sobre cómo tratar y cubrir las necesidades de la parroquia y los clientes. Levantar una marca que brinde identidad histórica y cultural. Por consiguiente, el aumento del flujo de turistas incrementa los ingresos a la parroquia y se puede partir para mejorar las infraestructuras del lugar para facilitar el ingreso y salida del público, hasta los servicios ofertados.

Trabajar junto a las autoridades del GAD Atahualpa, abriendo una mesa de diálogo para implementar las medidas necesarias en cuanto a la seguridad de la parroquia y los turistas en curso.

Objetivo general

Impulsar el turismo sostenible en la parroquia Atahualpa, ampliando su visibilidad como destino cultural y natural, para beneficiar a la comunidad local y a los visitantes mediante el desarrollo económico, la creación de experiencias inolvidables y el impulso del bienestar mental y emocional a través de actividades que destaquen sus paisajes, patrimonio cultural y oportunidades de aventura.

Objetivos Específicos

- Crear una planificación sobre las estrategias que se van a implementar en cada área para coordinar las actividades de marketing y administración.
- Gestionar los recursos de manera gradual que permita acciones para su conservación y uso responsable, y por ende la adaptación progresiva de prácticas ecológicas.
- Diseñar las ofertas de actividades y experiencias que fomenten el bienestar de la salud mental y emocional de los turistas, incorporando la aventura, espiritualidad y un vínculo con la naturaleza

Justificación:

Solución viable para el problema principal

El proyecto destaca la suma importancia de poder conectar con nosotros mismos a través de la naturaleza, donde vamos a fortalecer nuestro crecimiento personal y el bienestar

emocional. Se promociona el turismo en un lugar cercano a la ciudad, sin alejarse demasiado de este centro urbano. Esto permite que más personas puedan participar en el tour de un día completo sin enfrentar largos desplazamientos. El proyecto busca brindar una experiencia integral que mezcle la aventura, tranquilidad y exploración espiritual. Esta combinación no solo atrae a quienes buscan aventuras al aire libre, sino también a aquellos interesados en descubrir su paz interior y renovación espiritual en un entorno sano. Respondiendo a la necesidad de la sociedad, donde las personas buscan desertar de la costumbre del estrés diario

Soluciones innovadoras

Para promover el turismo en la Parroquia Atahualpa, se pueden aplicar varias estrategias que aprovechen sus recursos naturales, culturales, históricos y geográficos. Determinar y desarrollar actividades turísticas exclusivas que permitan destacar los recursos naturales y culturales de la parroquia, como senderismo en los bosques, visitas a las fincas granjas

, huertas, miradores, cascadas, restaurantes, patrimonios culturales, que serían aprovechados para generar más ingresos para los habitantes y como consecuencia mejorar su calidad de vida. El turismo ayuda a elaborar plazas de trabajo, genera fuentes significativas para obtener ingresos creando empleos sean directos o indirectos en los servicios turísticos, gastronomía, transporte y más. Invertir en la mejora de la infraestructura tales como la construcción y mantenimiento de carreteras, señalización adecuada, desarrollo de senderos para poder realizar las respectivas caminatas y contar con la instalación de servicios básicos en puntos clave.

Desarrollar campañas de promoción y marketing dirigidas a un público que esté interesado en la aventura y el descubrimiento permitirá que se destaque los atractivos únicos de la parroquia y sus actividades turística

Metodología de investigación

Motivadores para escoger el tema

Para escribir el presente trabajo me inspire en mis raíces, en mi familia y en mi lugar favorito el cual mantengo una conexión personal con el lugar ; por medio de mi proyecto quiero brindar un mensaje el cual es aprovechar al máximo sitios que están escondidos, iluminar rincones ocultos dentro de la sierra ecuatoriana , lugares que no están explotados y son potenciales turísticos , el objetivo es dar a conocer el nombre de la Parroquia Atahualpa considerando su identidad , su geografía, recursos naturales, patrimonio cultural y situación socioeconómica. Este espacio nos brinda una belleza natural única, sus paisajes son majestuosos y me parece importante compartir esta biodiversidad mediante un proyecto donde esté relacionado con el ecoturismo, por motivo de que es mi especialización en mi carrera universitaria y esta me permite realizarlo, con lo que deseo implementar más plazas de trabajo, la educación social y aprovechar todas las oportunidades económicas para con los residentes, contribuyendo con un impacto positivo para todos.

También quiero fomentar el bienestar emocional de las personas, ya que es el área más importante para nosotros poder desarrollarnos libremente, este tema en específico me llama mucho la atención por experiencia propia, y quiero brindar un espacio seguro para que las personas puedan aprovechar el tiempo en la sanación de su ser y su mente, con esto quiero abordar el tema que va a combinar el turismo, que sería la espiritualidad y la meditación. Todos buscamos un sitio donde podamos profundizar con nuestros pensamientos y a su vez realizar actividades para que el cuerpo libere todo el estrés acumulado.

El concepto del proyecto partió de dos temas en los cuales me estoy especializando poco a poco y es el resultado de una grandiosa idea que nos puede ayudar al crecimiento personal y económico.

Investigación documental y principales autores

En el presente trabajo se realizó la investigación documental levantando información de diversas fuentes académicas sobre el ecoturismo y diversos proyectos semejantes.

Los principales autores de los cuales me inspire en su contenido me proporcionaron una base sólida de conocimiento, la cual analice y comprendí el tema más a profundidad.

Entre los más relevantes está el “Análisis turístico de la parroquia Atahualpa” escrito por Marcalla (2019), que proporciona información del contexto geográfico, demográfico, atractivos y la infraestructura de la parroquia.

En el análisis de la conservación tomamos en cuenta la relevancia del escrito “Áreas protegidas: ¿Turismo para la conservación o conservación para el turismo?” de Reck (2019). También al momento de crear la oferta turística tomamos en cuenta el contenido de “Diseño de un producto agroturístico para la parroquia rural Atahualpa Habaspamba” de Pujota (2022).

Adicionalmente, recopilamos varios datos de “Parroquia Verde del Ecuador” de la plataforma ser sitio web del Gobierno Descentralizado Atahualpa Habaspamba (2024) , que nos ayudó a saber cuáles con los recursos que ya están siendo ofertados para el público en general.

Investigación exploratoria

Se realizó una excursión para identificar los recursos positivos, observando de primera mano el entorno en donde se va a ajustar el proyecto. Tener una visión comprensiva y más amplia de lo que se quiere realizar.

Desarrollo de las propuestas

Matriz para el diseño del producto

La matriz para el diseño de producto “Encuétrame Atahualpa” busca ofertar una prometedora experiencia que permite combinar la pasión de viajar junto con la naturaleza y que brindan un espacio de conectar desarrollando la auto reflexión para el crecimiento personal del turista, sumergiéndonos en nuevos entornos que promueven un sentido de paz interior.

Tabla 5 Matriz para el diseño de producto

MATRIZ PARA DISEÑO DE PRODUCTOS-RUTA	
NOMBRE DEL PRODUCTO	ENCUENTRAME ALTAHUALPA
UBICACIÓN	Desde la ciudad de Quito queda a 80 Km, a una hora y media de distancia por carretera asfaltada. (GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA, 2024)
FOTOGRAFIAS	
INFORMACION BASICA	
DIAS	Un dia
TIEMPO DE LA RUTA	10 horas
DISTANCIA	13 km
PUNTO MAS ALTO	1.533 m.s.n.m
TEMPERATURA	Templado humedo 18° a 24°
DIFICULTAD	Basico a medio
ACTIVIDAD	Senderismo , natacion , avistamiento , paramos , fincas
SERVICIOS	Transporte , alimentacion , guias , servicios de salud
TIPO DE TERRENO	Terreno natural , terrenos cultivados, terrenos arbolados

DESCRIPCION DEL PRODUCTO O RUTA

Actividad que combina a la naturaleza con el espíritu del ser humano, el proyecto ofrece un tour de un día completo en la parroquia de Atahualpa, ubicado a una hora con 30 minutos de la capital de Quito en la provincia de Pichincha. Brindamos a los usuarios un espacio nuevo donde podamos desarrollar nuestra conexión espiritual con un entorno natural, la oportunidad de calmar la mente, abrir el corazón y el espíritu de tranquilidad con una mezcla de aventura.

PROGRAMA ITINERARIO

HORA	ITINERARIO
6:00 a. m.	Concentracion en el punto de encuentro parque Ejido , recepcion de turistas para que aborden el bus y firma de una carta de responsabilidad sobre el cumplimiento de las normas y parametros que se les brinde para que puedan mantener el orden.Entrega de un folleto con el cronograma de actividades y una botella de agua.
7:20am	Llegada a la parroquia, bienvenida a los turistas , comenzaremos el dia con un desayuno tradicional (lunch)
8 :00am	Realizamos la visita a la Iglesia de San Antonio , caminaremos por el parque central , admirando la vegetacion y haremos una toma de fotos, y nos dirigimos al mercado artesanal con el guia de turismo
10:00 a. m.	Ingresamos a los senderos cercanos para realizar una pequeña caminata, disfrutando de la natulareza y los paisajes montañosos
10:30am	Llegamos a la primera finca donde podremos conocer la historia de su construccion , los huertos y una pequeña granja de animales , donde se brindara informacion sobre la flora y la fauna del sector.
12:30 p. m.	En la finca se ofreceun almuerzo tradicional en el restaurante , la comida esta hecha con los vegetales propios que han sido cosechados anteriormente
13:15 p.m	Nos dirigimos de nuevo al extenso especio verde , volvemos a tomar un sendero para realizar un recorrido hacia el mirado , y disfrutaremos el avistamiento de aves y plantas, el guia les explicara la informacion de cada especie.
15:00pm	Llegamos a la primera cascada , donde podremos utilizar el espacio para la reflexion , realizaremos una especie de meditacion con el sonido del agua , contaremos historias acerca de un tema propuesto. Los turistas deben interacctuar entre si , soltando emociones y energias negativas para poder renovarse. Tambien podran ingresar con precausion a la cascada. Tendra un tiempo libre para que puedan explorar por cuenta propia.
17:00pm	Volvemos al punto de encuentrola plaza de la parroquia Atahualpa, se brinda una pequeña despedida y palabras de agradecimiento.
17:20pm	Se entrega una canasta de vegetales y hortalizas cultivadas propiamente de las tierras de Atahualpa.
18:00pm	Abordamos el bus de retorno a Quito , en donde tendremos un espacio para conversar sobre como se sintieron durante el paseo.

FIN DE LOS SERVICIOS

RECOMENDACIONES DE VIAJE

Llevar ropa cómoda y adecuada para actividades al aire libre, como calzado resistente para caminar, ropa ligera y transpirable, y un traje de baño para las piscinas.

Llevar una chaqueta impermeable para posibles lluvias

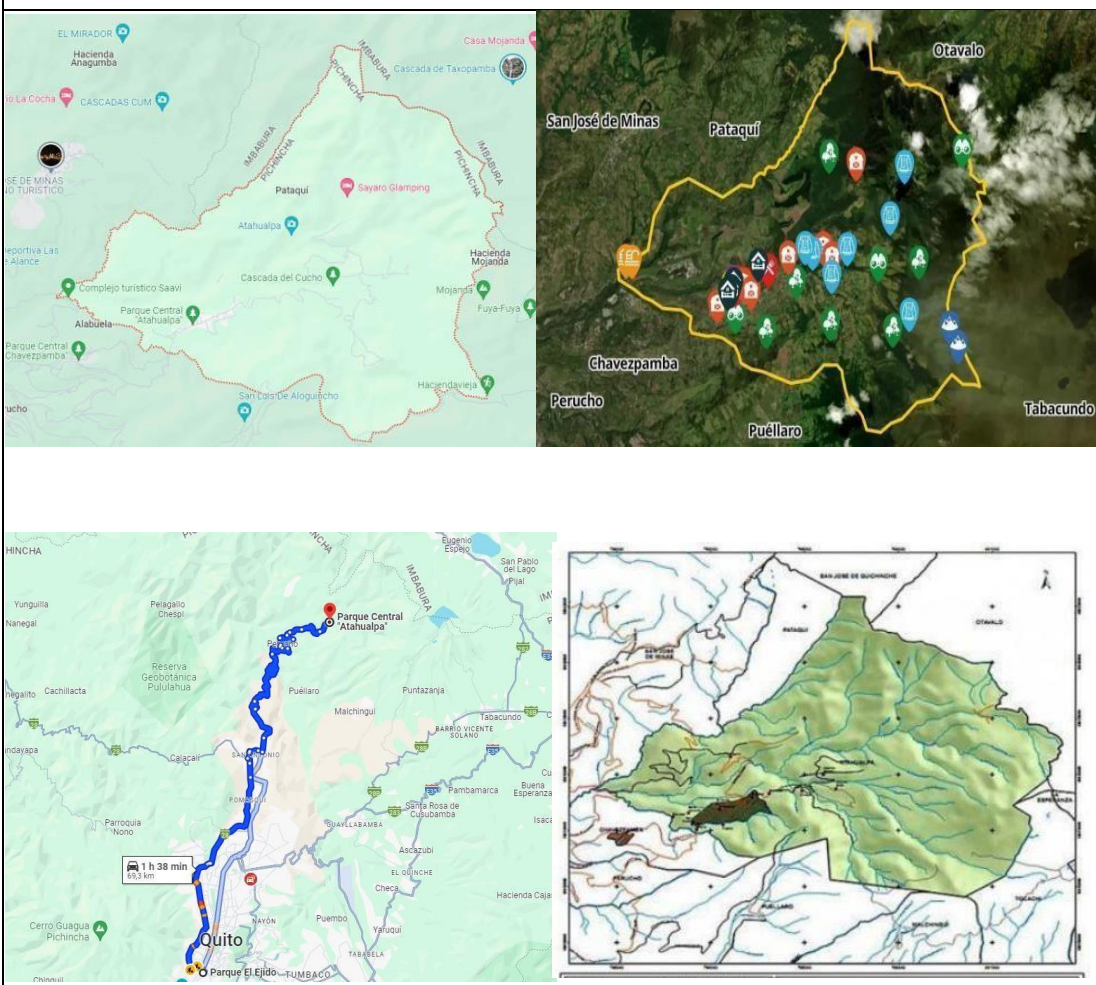
Protección solar, como protector solar y gorra.

Llevar también un botiquín básico, repelente de insectos, una cámara o smartphone con funda impermeable para fotos

Suficiente agua y snacks para mantenerte hidratado y energizado.

Además, asegúrate de llevar una mochila para transportar todos tus artículos y una botella de agua reutilizable para mantenerte hidratado durante el día.

MAPA



Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Cronograma

A continuación presentaremos el cronograma de marketing con el plan estratégico para impulsar a “Encuéntrame Atahualpa, esta guía general nos ayuda a ajustarnos según a las necesidades específicas y los recursos disponibles de nuestro proyecto ecoturístico siendo esencial para garantizar el control, el éxito y la eficiencia, ayudando a lograr los objetivos planteados e incrementando un impacto positivo en los resultados con la parroquia.

Tabla 6 Cronograma Encuéntrame Atahualpa

PROYECTO	<i>ENCUENTRAME ATAHUALPA</i>							
AUTOR	<i>CRISTINA ELIZABETH LUGMAÑA PINTO</i>							
TUTOR	<i>INGENIERA LAURA ARAUJO</i>							
FECHA	<i>20 DE AGOSTO DE 2024</i>							
ACTIVIDADES	MES						VALORACION	PRESUPUESTO
	1	2	3	4	5	6	(%)	
1. Investigación de mercado	X						8%	\$ 80,00
1.1 Análisis del perfil del potencial turista ecológico	X							
1.2 Análisis de la competencia turística	X							
1.3 Identificación de tendencias ecoturísticas	X							
2. Análisis FODA	X						6%	\$ 60,00
2.1 Evaluación de fortalezas, debilidades	X							
2.2 Evaluación oportunidad y amenazas	X							
2.3 Identificación de recursos disponibles	X							
3. Identificación de la comunidad		X					8%	\$ 80,00
3.1. Consulta y planificación con líderes residentes		X						
3.2 Evaluación de infraestructura de la parroquia		X						
3.3 Identificación de necesidades locales		X						
4. Preparación informe escrito		X					8%	\$ 80,00

4.1 Recopilación de datos	X					
4.2 Planificación estrategia de marketing	X					
4.3 Evaluación de información obtenida	X					
4.4 Formulación de recomendaciones	X					
5. Propuesta	X				12%	\$ 120,00
5.1 Establecimiento de metas y objetivos	X					
5.2 Diseño de la ruta turística		X				
5.3 Diseño de paquetes, promociones y actividades		X				
5.4 Estrategia de precios		X				
6. Distribución y publicidad		X			15%	\$ 150,00
6.1 Ofertar a los canales de distribución		X				
6.2 Plan de ejecución a través de redes sociales		X				
6.2 Creación de propia marca patentada		X				
6.3 Elaboración de materiales físicos promocionales		X				
7. Implementación y desarrollo			X		15%	\$ 150,00
7.1 Diseño de una página web funcional			X			
7.2 Gestión del perfil social de TikTok , IG, WhatsApp			X			
7.3 Colaboraciones con Blogger de ecoturismo			X			
8. Red de monitoreo y evaluación				X	10%	\$ 100,00
8.1 Evaluación de estrategias de marketing				X		
8.2 Análisis de rendimiento de páginas web				X		

8.3 Evaluación de la demanda					X		
9. Ajustes					X	10%	\$ 100,00
9.1 Identificación de áreas con problemas					X		
9.2 Elaboración de estrategias para mitigar					X		
9.3 Reajuste					X		
10. Informe final					X	8%	\$ 80,00
TOTAL						100%	\$1.000,00

FUENTE: (LUGMAÑA, 2024)

Presupuesto

Para la viabilidad de este proyecto se ha elaborado el siguiente presupuesto con la finalidad de controlar y asignar de manera eficiente los recursos económicos disponibles, se considera optimizar los costos para que todas las fases del proceso se realicen acorde al cronograma, y el proyecto se mantenga dentro de los límites económicos establecidos.

Tabla 7 Presupuesto

PROYECTO		<i>ENCUENTRAME ATAHUALPA</i>			
AUTOR		<i>CRISTINA ELIZABETH LUGMAÑA PINTO</i>			
TUTOR		<i>INGENIERA LAURA ARAUJO</i>			
FECHA		<i>20 DE AGOSTO DE 2024</i>			
#	PRODUCTO	CANTIDAD	C/U	COSTO TOTAL	COSTO SEMESTRAL
1	<i>RECURSOS TECNICOS</i>				
1.1	Computadoras	1	500	500	500
1.2	Enfocus	1	150	150	150
1.3	Servicio de luz	1	20	20	120
1.4	Servicio de internet	1	26	26	156
1.5	Impresora	1	150	150	150
1.6	Cámara fotográfica y de video	1	320	320	320
2	<i>RECURSOS MATERIALES</i>			0	0
2.1	Esferos	3	0,45	1,35	8,1
2.2	Hojas de papel	500	5	5	30
2.3	Tinta	1	30	30	180

2.4	Suministro de oficina	1	30	30	180
2.5	Material para publicidad		22	22	132
2.6	Sellos	2	2,5	5	5
3	<i>RECURSOS HUMANOS</i>				0
3.1	Administrador- contador	1	370	370	2220
3.2	Asesor en publicidad	1	120	120	720
3.3	Influencers	2	40	80	480
4	<i>RECURSOS VARIOS</i>				0
4.1	Otros		50	50	50
4.2	Movilización		80	80	80
4.3	Alimentación		40	40	40
4.4	Honorarios varios		80	80	80
TOTAL AL MES			2035,95	2079,35	5601,1

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Capítulo 3 : Desarrollo de Elementos de comercialización

Elementos del marketing mix

Producto:

El producto es un full day en la parroquia de Atahualpa en la provincia de Pichincha , a una hora y veinte minutos de la ciudad de Quito, donde se tendrán listas actividades de visita a fincas , miradores , bosques , sitios patrimoniales , granjas juntos con cabalgatas y caminatas para la observación de aves y cascadas.

Precio

Tabla 8 Precio de los servicios ofertados

20 PASAJEROS		
SERVICIOS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	\$ 6,50	\$ 130,00
Guía turístico	\$ 5,00	\$ 100,00

Lunch	\$ 5,00	\$ 100,00
-------	---------	-----------

Entrada cascada	\$ 2,00	\$ 40,00
Entrada finca	\$ 2,00	\$ 40,00
Entrada bosque	\$ 2,00	\$ 40,00
Entrada granja	\$ 2,00	\$ 40,00
Almuerzo	\$ 10,00	\$ 200,00
Cabalgata	\$ 8,00	\$ 160,00
Canasta de hortalizas	\$ 5,00	\$ 100,00
	\$ 47,50	\$ 950,00

<i>UTILIDAD 30,81%</i>	14,63
<i>PRECIO POR PERSONA</i>	54
<i>PRECIO TOTAL</i>	1080
<i>PRECIO NETO</i>	950

UTILIDAD	130
-----------------	------------

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Plaza:

Canal de distribución de la venta del producto a través de agencias de viajes que ofrezcan el destino para el viaje en específico. Ayudan a planifica y organizar,

Mayoristas, que a través de estos lugares físicos las personas tienden a solicitar cotizaciones de lugares a nivel nacional o internacional.

Se asegura la accesibilidad del tour desde Quito para facilitar la participación de los interesados.

Venta del paquete se lo hace a través de agencias de viajes , mayoristas y el canal de las páginas web.

Promoción

Se realizará por medio de herramientas digitales tales como plataformas de internet para alcanzar el mayor público posible.

Promocionar la página web que se creará y dará las diferentes opciones a visitar dentro de la parroquia, brindando información sobre la historia, atracciones principales, actividades culturales, gastronomía local, y opciones de alojamiento y transporte.

Redes sociales tales como Instagram y TikTok que abarcan más público interesado sobre viajar o la espiritualidad, en donde a su vez por medio de publicidad de influencers en cuanto a fotos y videos generaran gran interés sobre el sitio.

Publicar de forma constante fotos y videos en WhatsApp para que personas allegadas tengan la información.

Personas:

En este proyecto buscamos una descripción detallada del tipo de viajero al que vamos a brindar nuestros servicios, este perfil turístico nos brinda información de aquellos que buscan disfrutar las experiencias del ecoturismo, va acorde a sus preferencias, estilo de vida , actividades y sus motivaciones para viajar , como consecuencia se crea este perfil para para adaptarnos a las demandas de nuestros potenciales visitantes

Perfil del potencial cliente:

- Edad: Rango desde los 18 a 65 años
- Género: Hombres, mujeres, etc. Estado civil: Solteros o casados
- Intereses: Aventura, aire libre, viaje, conectar con la naturaleza y su propio ser.
- Nacionalidad: Abierto para todo público que desee participar de la actividad.

Procesos:

- Cronograma de actividades:
- Punto de encuentro en la ciudad de Quito para abordar el transporte y llegar a destino.
- Recepción y bienvenida donde se brinda información sobre el itinerario planificado.
- Tour guiado a la Iglesia de San Antonio, al parque central y mercado artesanal
- Se brinda el lunch con las bebidas correspondientes.
- Ingresamos al sendero del bosque para llegar a la primera finca.
- Se ofrece un almuerzo típico tradicional en el restaurante
- Nos dirigimos de nuevo a extenso espacio verde para disfrutar del mirador, y a su vez de las aves.
- Seguimos recorriendo el sendero hasta llegar a la granja donde se disfrutará con los animales y el huerto.
- Avistamiento de cascadas y se brinda un espacio para la reflexión de los pensamientos negativos que hemos ido abarcando.
- Tiempo libre para que los visitantes puedan explorar por cuenta propia
- Traslado en el autobús de retorno para la ciudad de Quito
- Agradecimiento y reflexión del día.
- Fin de los servicios.

Presentación física:

- Actividades que brinden una experiencia memorable para los visitantes.
- Full day destacando sus principales atracciones históricas, culturales y naturales.
- Áreas de reflexión
- Entorno para desconectarse del estrés y los problemas diarios.

- Actividades que permitan el movimiento físico.

Desarrollo de los elementos de la experiencia

Antes del viaje

- Se realiza la difusión del paquete turístico para que la gente pueda acceder.
- Se toma las respectivas reservaciones con el anticipo del 50% para poder asegurar el lugar en la actividad.
- Se registra si tiene algún tipo de alergia el turista para tomar en cuenta al momento de brindar los alimentos o en el transcurso del viaje.
- Se envía la información del punto de encuentro para el transporte dos días antes de la salida.
- Se envía el cronograma de forma digital a sus números de teléfono.
- Se confirma los lugares donde los visitantes van a conocer.
- Se prepara el lunch .
- Se confirma el transporte para las 20 personas que este en perfectas condiciones.
- Se confirma la asistencia de todos.

Durante el viaje

Tabla 9 Itinerario Full Day Encuéntrame Atahualpa

HORA	ITINERARIO
6:00 a. m.	Concentracion en el punto de encuentro parque Ejido , recepcion de turistas para que aborden el bus y firma de una carta de responsabilidad sobre el cumplimiento de las normas y parametros que se les brinde para que puedan mantener el orden.Entrega de un folleto con el cronograma de actividades y una botella de agua.
7:20am	Llegada a la parroquia, bienvenida a los turistas , comenzaremos el dia con un desayuno tradicional (lunch)
8 :00am	Realizamos la visita a la Iglesia de San Antonio , caminaremos por el parque central , admirando la vegetacion y haremos una toma de fotos, y nos dirigimos al mercado artesanal con el guia de turismo
10:00 a. m.	Ingresamos a los senderos cercanos para realizar una pequeña caminata, disfrutando de la natulaleza y los paisajes montañosos
10:30am	Llegamos a la primera finca donde podremos conocer la historia de su construccion , los huertos y una pequeña granja de animales , donde se brindara informacion sobre la flora y la fauna del sector.
12:30 p. m.	En la finca se ofreceun almuerzo tradicional en el restaurante , la comida esta hecha con los vegetales propios que han sido cosechados anteriormente
13:15 p.m	Nos dirigimos de nuevo al extenso espacio verde , volvemos a tomar un sendero para realizar un recorrido hacia el mirado , y disfrutaremos el avistamiento de aves y plantas, el guia les explicara la informacion de cada especie.
15:00pm	Llegamos a la primera cascada , donde podremos utilizar el espacio para la reflexion , realizaremos una especie de meditacion con el sonido del agua , contaremos historias acerca de un tema propuesto. Los turistas deben interacctuar entre si , soltando emociones y energias negativas para poder renovarse. Tambien podran ingresar con precausion a la cascada. Tendra un tiempo libre para que puedan explorar por cuenta propia.
17:00pm	Volvemos al punto de encuentrola plaza de la parroquia Atahualpa, se brinda una pequeña despedida y palabras de agradecimiento.
17:20pm	Se entrega una canasta de vegetales y hortalizas cultivadas propiamente de las tierras de Atahualpa.
18:00pm	Abordamos el bus de retorno a Quito , en donde tendremos un espacio para conversar sobre como se sintieron durante el paseo.
FIN DE LOS SERVICIOS	

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Incluye:

- Transporte ida y vuelta
- Guía Turístico
- Alimentación
- Refrigerio
- Canasta de vegetales y hortalizas de la cosecha de la finca
- Entrada a los lugares de visita
- Fotografía

No incluye:

- Alimentación no incluida en el cronograma
- Actividades extra
- Propinas
- Gastos personales
- Servicios no especificados
- Devolución de pérdida de objetos

Después del viaje

- Ofertar paquetes especiales para futuras reservas, incentivando las visitas de amigos, familiares, conocidos.
- Envío de notificaciones sobre futuras salidas para que puedan acceder a una reserva.
- Compartir los recuerdos de la salida, como el posteo de fotos y videos personalizados.
- Compartir los testimonios de los turistas para incrementar la atracción del destino.
- Envío de un mail con un agradecimiento escrito, una tarjeta virtual incentivándoles a volvernos a ver pronto en otra aventura.
- Implementar programas de fidelización

Plan de acción de marketing

El plan es fundamental para este proyecto porque nos proporciona una hoja de ruta estructurada y clara para el cumplimiento de objetivos dependiendo de las tácticas y estrategias establecidas, facilita la adaptación cualquier desafío o cambio que se presente sobre la marcha y poder reestructurar si así lo requiera el proyecto.

Tabla 10 Cronograma

PLAN DE ACCION DE MARKETING												
PROYECTO:		ENCUENTRAME ATAHUALPA										
MEDIO CANAL:		Marketing y redes sociales.										
AÑO:		2024										
PLAN DE ACCIONES	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Desarrollo de una propia marca turistica (sello de identidad)												
Creacion de un logo especial												
Creacion de una pagina web donde se pueda escoger el tipo de actividades												
Creacion y fisusion en redes sociales como instagram , tiktok y whatsapp												
Publicaciones continuas de fotos , historias , promociones , videos.												
Colaboracion en television nacional (realizar un comercial)												
Creacion de paquetes trusiticos dirigido que incluyan actividades de agroturismo												
Campañas educativas , en escuelas , colegio, universidades e institutos.												
Alianzas con unidades educativas y empresas privadas												

Fuente: Lugmaña Cristina, 2024

Estrategias de marketing digital:

Desarrollo de la marca

Se crea una imagen propia, donde con solo ver el logo brinda un panorama atractivo y distintivo donde nos identifiquen por los valores, la cultura y la naturaleza que ofrece la parroquia Atahualpa, un sello donde sobresalte la amabilidad, respeto, hospitalidad del lugar donde serán bien recibidos aquellos que quieran experimentar la aventura y la tranquilidad.

Diseño marca

Se ha creado un logo que representa visualmente la identidad de la parroquia y la diferenciación del tipo de servicio, el proyecto propone una alta autenticidad y conexión con la naturaleza, es por eso que se ha elaborado el diseño de un símbolo donde se transmite calma , confianza a través de los colores , imágenes y la tipografía , esperando que sea un distintivo memorable.

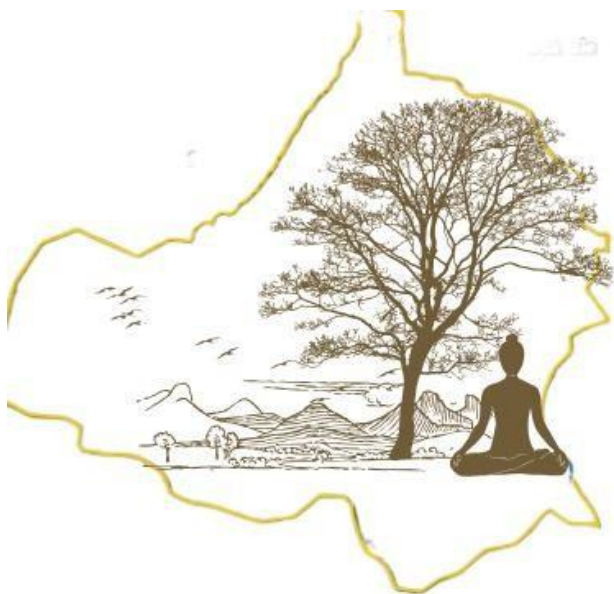


Ilustración 5 Logo

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Identidad visual

El logotipo contiene algunos elementos en los que podemos reflejar el estilo de aventura que se experimentará.

La impresión inicial es el perfil del mapa de la parroquia Atahualpa que representa la ubicación, la cultura, tradición y la historia del lugar, donde los turistas se van a trasladar para vivir su mejor experiencia.

Las montañas y el bosque representan el tipo de terreno, la flora, la fauna y la identidad del sector, su biodiversidad, a su vez la importancia de la preservación ecológica y ambiental; también el valor de la comunidad y sus recursos que se utilizan para el bienestar.

El árbol es un símbolo de vida y crecimiento, representa la conexión vital, equilibrio y la evolución espiritual. Con el árbol queremos plasmar el acceso a los entornos naturales y a sus beneficios para la salud mental, la calidad del aire donde podemos respirar paz y transformar los malos sentimientos con una bocanada de aire.

Por último la silueta del turista, representa de forma física y mental el traslado a lugares donde percibimos la naturaleza como un espejo reflejando nuestra propia belleza con la majestuosidad del entorno. Buscamos que simbolice la conexión con el medio ambiente y su cuidado; protección y refugio de lo cotidiano desarrollando un poder curativo a través de un proyecto.

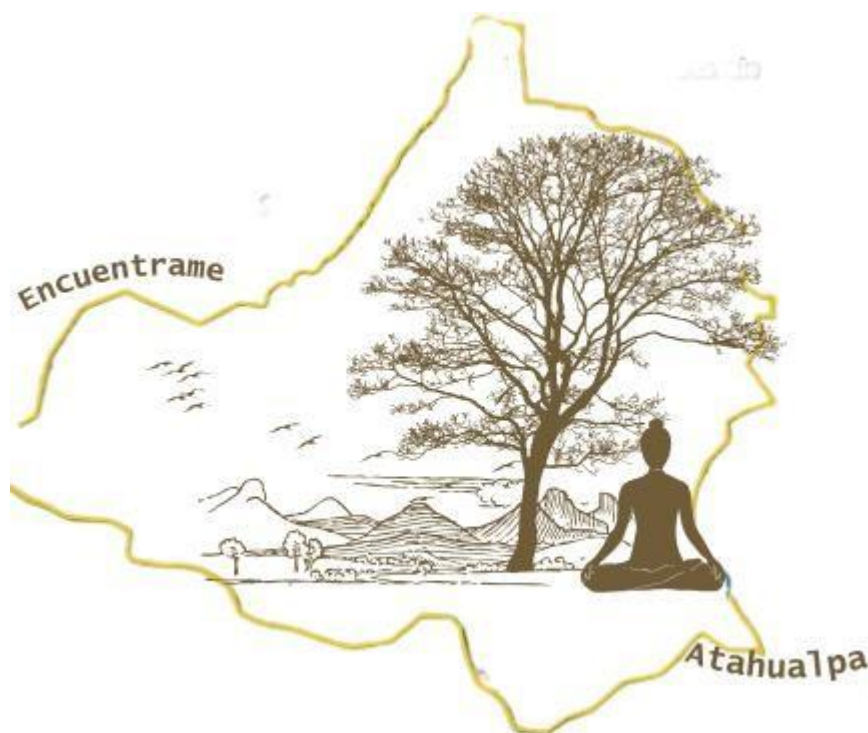


Ilustración 6 Identidad visual marca Encuéntrame Atahualpa

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Marca Encuéntrame Atahualpa

La marca “Encuéntrame Atahualpa” desempeña un papel crucial en ofrecer la experiencia que permite combinar la pasión de viajar junto con la naturaleza y que brindan un espacio de conectar desarrollando la auto reflexión para el crecimiento personal del turista, sumergiéndonos en nuevos entornos que promueven un sentido de paz interior, la marca no solo facilita la exploración de nuevos paisajes y culturas, sino que también fomenta un sentido de calma y renovación personal.

Elaboración página web

Es importante centrarnos en crear un sitio web, ya que nos permite tener un centro de información sobre las actividades turísticas y su respectivo cronograma. A su vez brindar un servicio accesible las 24 horas cualquier día de la semana, proporcionándoles números de contacto, fotografías, ubicación, restaurantes, alojamientos, etc

A continuación, se presenta la aplicación creada para los usuarios que prefieran instalar la app en su celular:

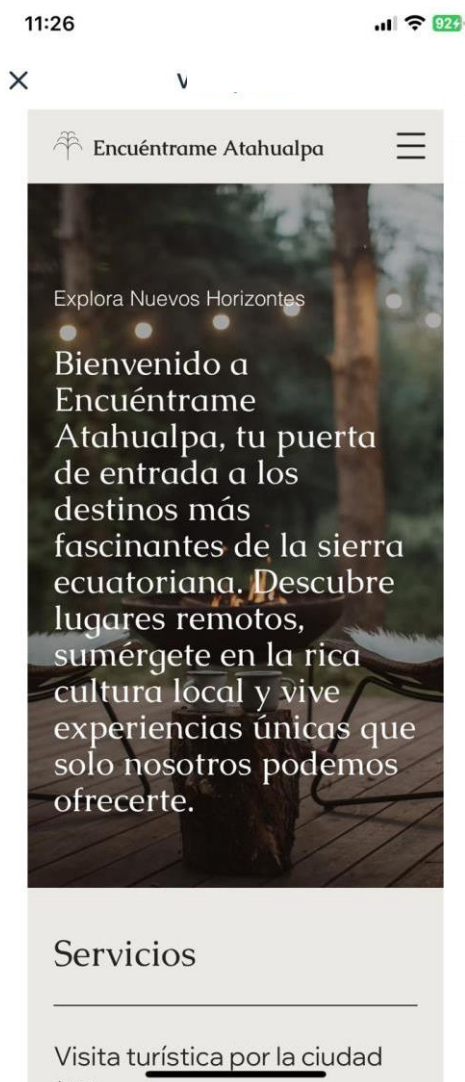


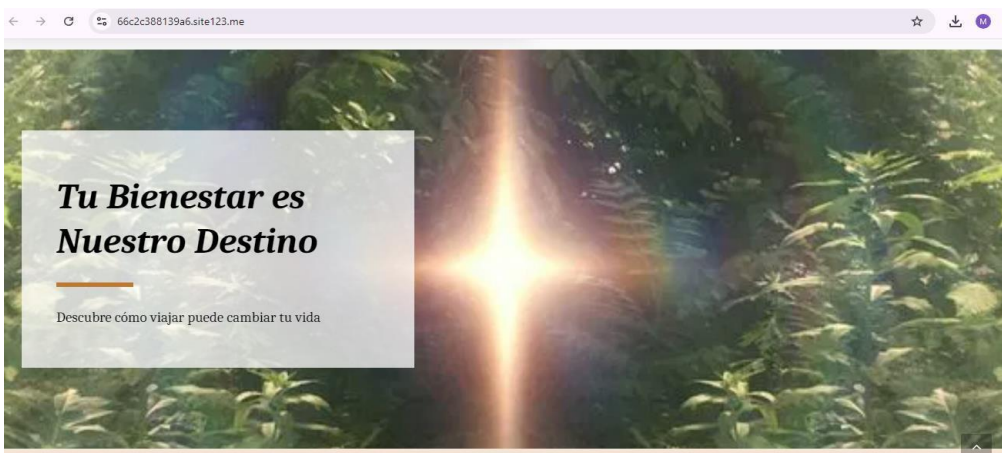
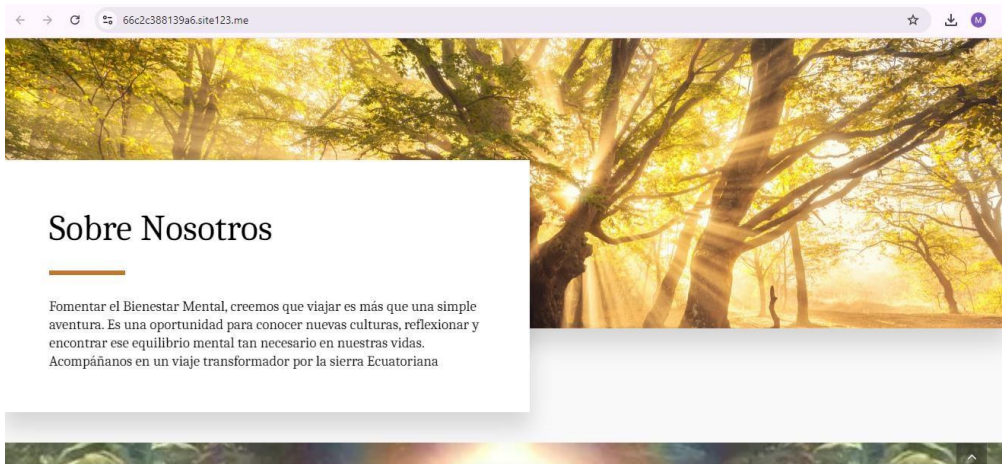


Ilustración 7 Captura de pantalla del celular de la app Encuéntrame Atahualpa

Fuente: (MOLINA, 2024)

Así mismo se crea una página web donde los internautas podrán interactuar a través de su computadora para buscar información sobre el sitio:





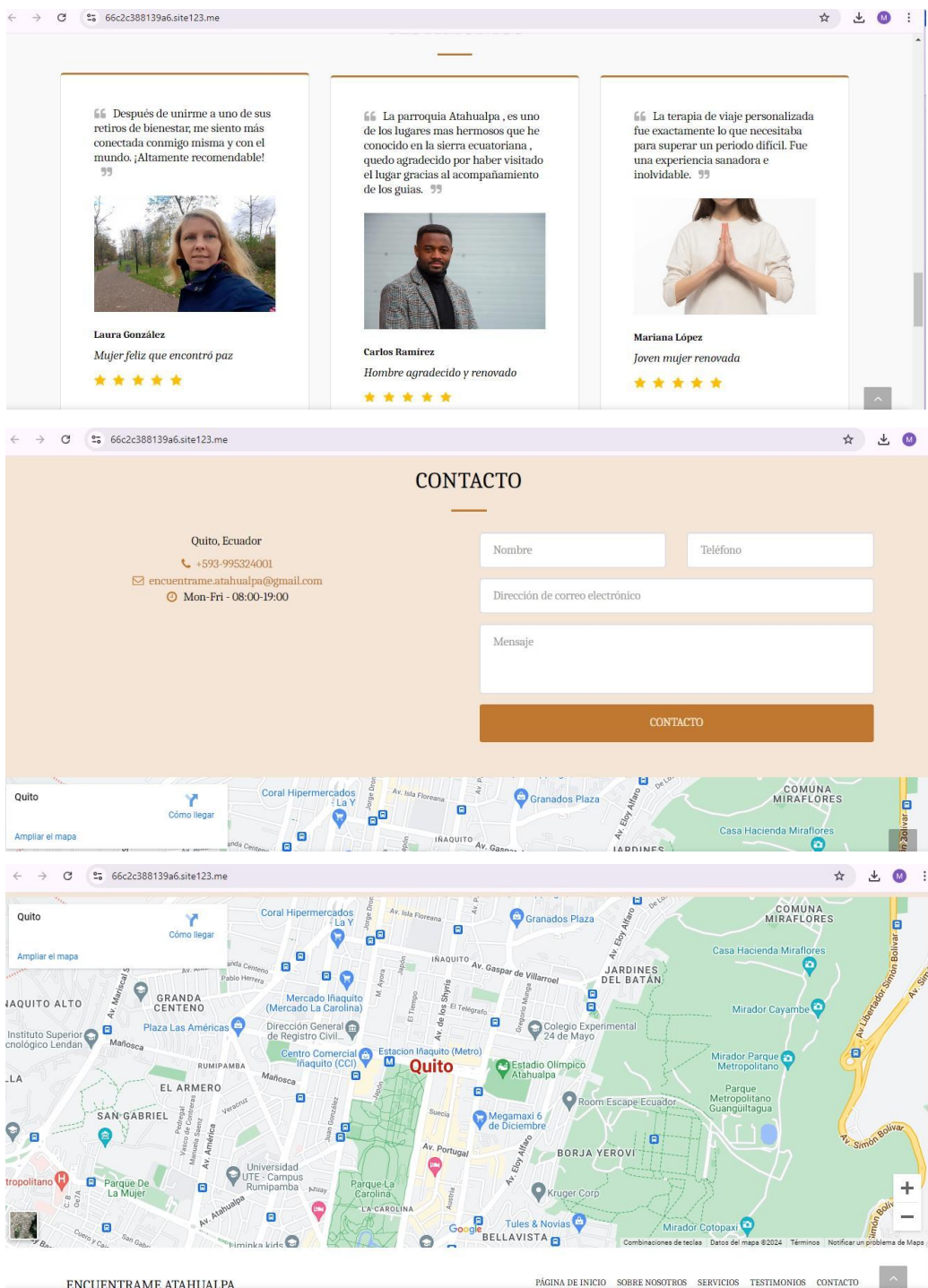


Ilustración 8 Print de pantalla del sitio web Encuéntrame Atahualpa

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Redes sociales

Una herramienta que nos servirá para publicar contenido importante sobre la parroquia, fotos, videos, reels, nos permite interactuar con la comunidad meta, respondiendo a mensajes o comentarios buscando información. Fomenta la participación de interesados y vendedores haciendo preguntas o a su vez compartiendo testimonios, el uso de hashtags que aumentan la popularidad y la visibilidad de las publicaciones.

También podremos aprovechar el análisis de redes sociales para evaluar que contenido funciona mejor y pensar en mejores estrategias.

Instagram

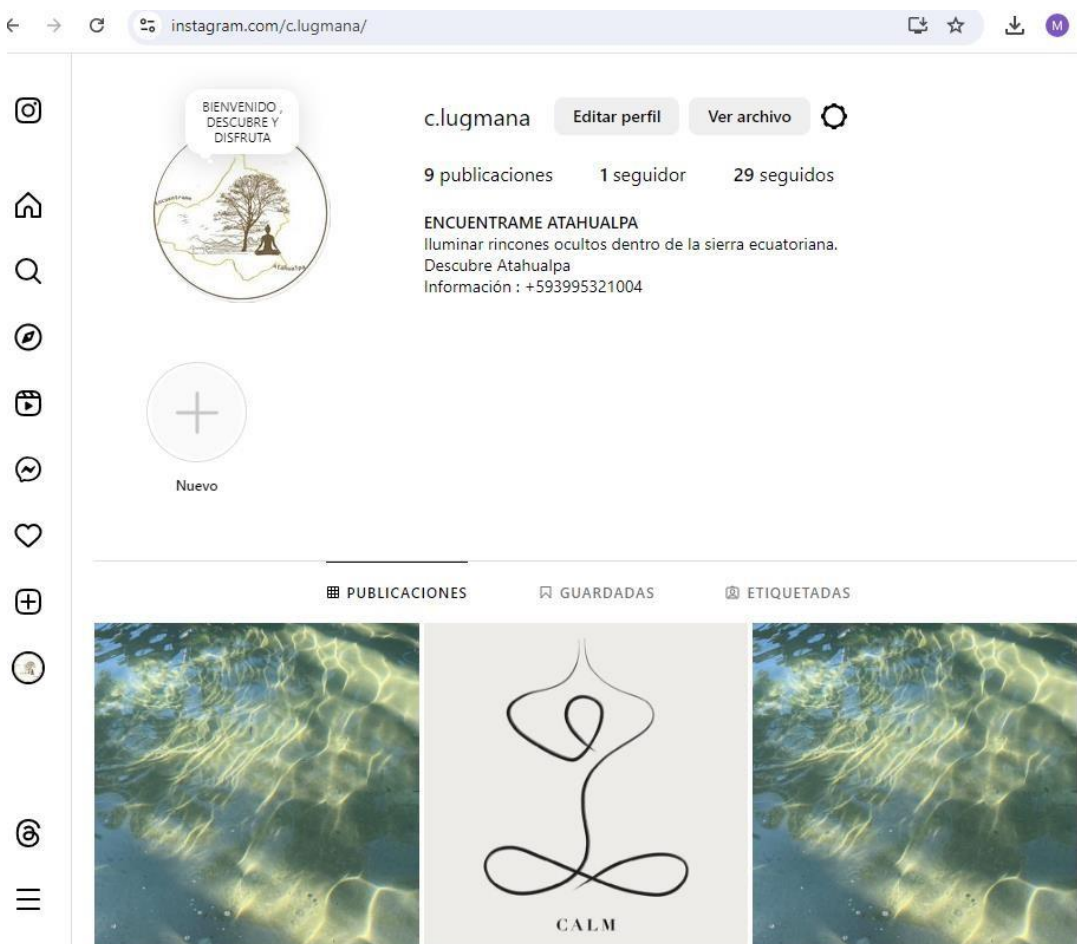


Ilustración 9 Página oficial de Instagram del proyecto *Encuéntrame Atahualpa*

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)



Ilustración 10 Captura de pantalla de como el cliente vería la página oficial en Instagram desde su celular

Fuente: (MOLINA, 2024)

Diseño de elementos publicitarios

Para el proyecto de ecoturismo en la parroquia de Atahualpa, Quito, diseñar elementos publicitarios efectivos es crucial para atraer visitantes y comunicar la esencia del proyecto.



Ilustración 11 Elemento publicitario, canasta de legumbre y hortalizas recolectadas en la finca que se entrega al final del tour con el logotipo del proyecto

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)



Ilustración 12 Elemento publicitario botellas de agua con el logo del proyecto

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)



Ilustración 13 Elemento publicitario folletos y anuncios

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)



Ilustración 14 Elemento publicitario tarjeta de agradecimiento por la visita

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)



Ilustración 15 Elemento publicitario tarjeta de agradecimiento por la visita

Fuente: (LUGMAÑA, 2024)

Conclusiones:

El proyecto “ENCUENTRAME ATAHUALPA” produce un gran impacto emocional en los viajes, demuestra una vez más que debemos llevar un equilibrio para poder conectar con nuestro propio ser a través de la naturaleza, a su vez conocer más sobre la cultura local, la historia y las tradiciones que posee una parroquia “no muy conocida” Las actividades están diseñadas para aliviar el estrés de la cotidianidad, ayudar de manera positiva a nuestros clientes fomenta un mayor disfrute del viaje y un sentido de renovación personal.

El turismo responsable promueve y contribuye a la preservación de un ambiente cultural y natural, a valorar y respetar la cultura y el entorno, dicho esto también nos asegura gozar estas riquezas que nos ofrece la naturaleza y sus pobladores.

El involucrar a la comunidad a desarrollar el turismo brinda oportunidades de crecer económicamente y mantener una estabilidad laboral, que no solo benefician a los residentes, sino en conjunto para poder visitar y experimentar el lugar.

Nuestra querida parroquia Atahualpa es una mina de recursos turísticos, los cuales mediante el desarrollo de estrategias se convertirá en un gran atractivo, apto para la recepción de visitante nacionales o internacionales.

La planificación e implementación de diversas actividades basadas en la economía permitirá que se abran más plazas de trabajo y los habitantes puedan mejorar su calidad de vida.

El proyecto ENCUENTRAME ATAHUALPA es muy importante porque quiere dar visibilidad a un sitio que no ha sido del todo conocido, explotar su flora y fauna a través del ecoturismo responsable.

La promoción de la parroquia está tomando fuerza para alcanzar nueva difusión con la televisión, internet, publicidad física, que nos beneficiara de manera directa.

Recomendaciones

Es recomendable colaborar con el gobierno autónomo descentralizado de la parroquia Atahualpa para mejorar los servicios básicos y su infraestructura, junto con la colaboración de todos los residentes con recursos turísticos ya que son esenciales para realizar el mantenimiento y adecuaciones de estos.

Recomiendo realizar evaluaciones de calidad en cuanto a servicios de hospedaje, deben esforzarse para brindar una estancia de calidad.

Es recomendable fomentar la capacitación de los guías locales en cuanto a temas de ecología, historia y cultural.

Es recomendable planificar nuevas rutas y senderos sostenibles dentro de la parroquia.

Es recomendable implementar la señalización adecuada para el tránsito de los turistas y moradores.

Es recomendable establecer alianzas con organizaciones especializadas en la conservación del ecosistema para crear un impacto positivo mayor.

Es recomendable monitorear continuamente el impacto del ecoturismo en el medio ambiente y la comunidad permite realizar ajustes necesarios y asegurar que el proyecto cumpla con sus objetivos de sostenibilidad y beneficio comunitario.

Bibliografía

LUGMAÑA, C. (AGOSTO de 2024). *ENCUENTRAME ATAHUALPA*. Obtenido de <https://66c2c388139a6.site123.me/>

MOLINA, D. (AGOSTO de 2024). *ENCUNTRAME ATAHUALPA*. Obtenido de <https://www.mobileapp.app/to/vlMEOzh?ref=so>

Baudrihaye, J.-A. R. (1997). EL TURISMO CULTURAL: LUCES Y SOMBRAS. *Instituto de Estudios Turísticos Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYMES*, págs. 43-54. Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/79330.pdf

Cárdenas, R. M. (2013). *PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA CONCEPTUALIZACIÓN DINÁMICA DEL TURISMO ESPIRITUAL*. Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1238/turismo-espiritual.pdf>

EXPEDITION ECUADOR. (2024). *SELVA AMAZONCA ECUATORIANA FAUNA DEL CUYABENO*. Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de <https://expeditionec.com/es/cuyabeno-wildlife-reserve/>

GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA. (2024). *GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE ATAHUALPA HABASPAMBA "PARAISO VERDE DEL ECUADOR"*. Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de <https://atahualpahabaspamba.gob.ec/pichincha/ubicacion-geografica/#:~:text=Atahualpa%20es%20una%20Parroquia%20Rural,del%20Ecuador%2C%20Am%C3%A9rica%20del%20Sur.>

LUGMAÑA, C. (2024).

MARCALLA, L. V. (JULIO de 2016). *ANÁLISIS TURÍSTICO DE LA PARROQUIA ATAHUALPA*. Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de [file:///C:/Users/Asistente/Downloads/T-UCE-0009-724%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Asistente/Downloads/T-UCE-0009-724%20(1).pdf)

Mendoza, J. R. (2014). *INTRODUCCION AL TURISMO* (PRIMERA ed.). MEXICO, MEXICO: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 16 de JULIO de 2024

Montes, G. M. (2006). ECOTURISMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO

SOSTENIBLE. págs. 8-12. Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

NICOLAS, D. A. (2019). *SISTEMAS TURÍSTICOS*. OAXACA.

Recuperado el 16 de JULIO de 2024

Pujota Vilatuña, F. D. (2022). *Diseño de un producto agroturístico para la parroquia rural Atahualpa Habaspamba*. Quito:

Trabajo de titulación modalidad Proyecto de Investigación.

doi:file:///C:/Users/Asistente/Downloads/UCE-FAG-PUJOTA%20FABRICIO%20(1).pdf

Quintana, V. M. (SEPTIEMBRE de 2017). EL TURISMO DE NATURALEZA: UN

PRODUCTO SOSTENIBLE. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 1-14.

Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de file:///C:/Users/Asistente/Downloads/2204-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(necesario)-4881-1-10-20171106.pdf

QUITO TURISMO. (ABRIL de 2013). *QUITO EN CIFRAS: UNA FORMA DE*

CONOCER AL TURISTA. Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/B%20QuitoCifras.pdf

RECK, G., & MARTINEZ, P. (2019). AREAS PROTEGIDAS: ¿TURISMO PARA LA CONSERVACION O CONSERVACION PARA EL TURISMO? 91-93.

Recuperado el 16 de JULIO de 2024, de <https://prolipa.com.ec/blog/wp-content/uploads/2017/08/polemika00>