



**INFORME FINAL SOBRE LA EVALUACIÓN DEL  
PROCESO PARA CADA INICIATIVA TURISTICA  
(YUNGUILLA, SANTA LUCIA E ISLA CORAZÓN)**

**Elaborado por:  
Msc. Renato Cevallos B.**

**DM Quito, mayo 2008**

## **INICIATIVA TURÍSTICA “ISLA CORAZÓN”**

La iniciativa Isla Corazón se desempeñó de manera exitosa durante la realización del taller en los días 16, 17 y 18 de mayo del 2008, fechas en las que se tuvo que adaptar los horarios a la realidad que se desarrollaba en aquel momento. Dentro de sus ocupaciones y obligaciones coincidió los días viernes 16 y sábado 17 con el Curso para Guías Naturalistas 1 que actualmente los socios de Asomanglar y del grupo de artesanas están asistiendo; sin embargo la predisposición de dichos participantes fue muy positiva con el afán de aprender y aportar en el desarrollo del turismo en la Comunidad Portovelo.

Pese al cansancio por las horas de trabajo en el Curso de guías naturalistas 1, un aspecto positivo fue el carisma y motivación personal de cada integrante, principalmente de los líderes visibles quienes aportaron significativamente durante todas las horas del taller sobre Mercadeo Turístico.

Fue necesario manejar una dinámica distinta a las otras iniciativas puesto que luego de escuchar charlas e información interesante, era necesario utilizar dinámicas y juegos para mantener un entretenimiento y que las personas no se cansen ni se duerman.

Dentro de los aspectos técnicos que se debe enfatizar fue el cumplimiento de la puesta en práctica de los conceptos básicos de mercadeo turístico, especialmente las 4 P (Producto, precio, plaza y promoción) procurando que la información sea digerible y no muy teórica e incomprensible. Tomando en cuenta que las personas no son muy hábiles para la escritura y para copiar la información rápido, se utilizó una dinámica de explicación más concisa y directa. Por otra parte se realizó la presentación del plan de acción, el mismo que fue corregido de la propuesta original en lo que respecta a materiales, responsables y tiempo de duración, es decir se realizó unos ajustes que fueron aceptados por los participantes, de tal manera que todas las ideas sugeridas en el diagnóstico de mercadeo fueron apropiadas para esta iniciativa turística

Sin embargo, se debe mencionar que uno de los problemas que afecta mucho a la consecución de los objetivos para el desarrollo turístico es el estancamiento del turismo por relaciones sociales deficientes entre algunos miembros de Asomanglar, lo cual ha provocado una serie de murmuraciones, comentarios a espaldas. Este aspecto afecta mucho la consecución de nuevos proyectos y alcance de metas en el corto plazo.

Cabe destacar que un aspecto favorable fue la presencia y participación de tres grupos definidos: los socios de Asomanglar, las mujeres artesanas y algunos de los representantes de la comunidad Portovelo, lo cual hizo más enriquecedor el taller por la variedad de comentarios para validar el plan de acción.

El plan de acción que se propuso fue mejorado y estructurado por los asistentes al taller de mercadeo turístico, bajo el apoyo y dirección de mi persona, con el fin de que se mantenga un orden y una aclaración de dudas si

fuera el caso pertinente. A continuación se presenta el Plan de acción validado por los pobladores asistentes.

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	MATERIALES A UTILIZAR	RESPONSABLES	TIEMPO DE DURACIÓN
<b>En Producto:</b> Involucrar nuevas actividades en la oferta turística de Isla Corazón	<b>A1:</b> Adecuar un espacio físico para la venta de artesanías locales (por el momento las camisetas artesanales)	Caña guadúa, madera, cade, clavos.	Gina Napa, Luciano Moreira	2 días
	<b>A2:</b> Creación de nuevas rutas y recorridos por el Estuario del Río Chone y por los rincones del manglar.	Canoa y remos	Carlos Moreira y Julio Rodríguez	8 horas
	<b>A3:</b> Organizar de mejor manera las fotografías del Centro de interpretación ambiental	Cámara de fotos, marcos, madera	Diógenes Moreira José Ponce	1 semana
	<b>A4:</b> Incorporar como opciones alternativas la pesca artesanal / recorridos en kayak como nuevos tours	Kayak (4), remos canoas, trasmayos, atarrayas	David Moreira Silvia Castillo	Depende del recurso económico para comprar los kayak
	<b>A5:</b> Incorporar el turismo vivencial en Comunidad Portovelo como una alternativa de aprendizaje de la vida del pescador, las historias, coplas, gastronomía y recreación.	Preparación y adecuación de 3 viviendas Instalaciones sanitarias, madera y caña guadúa	Cada propietario	1 mes
	<b>A6:</b> Incorporar las representaciones en vivo de las comunidades montubias (dramatizaciones)	Escenario, vestimenta	David Moreira, Luciano Moreira Mariana Reyes Carlos (niño)	Escenario: 1 mes Ensayos: 8 días
	<b>A7:</b> Recorrido en lomo de burro	Burros, monturas	Germania Figueroa	Depende de la

	<p><b>A8:</b> Recorrido en el Bosque Seco</p> <p><b>A9:</b> Elaboración de gastronomía típica</p>	<p>Binoculares, botas de caucho, machete, poncho de aguas, cantimplora</p> <p>Cocina industrial, ollas, loza, cristalería, charoles</p>	<p>Lenín Barré</p> <p>Gina Napa, Angel Suárez, Jorge Castillo, Mariana Cedeño, Mariana Reyes, Silvia Castillo, Cecibel Loor, Grey Moreira</p> <p>Mariana Cedeño, Germanía Figueroa, Grey Moreira, Elvia Veliz</p>	<p>operación del Sendero al Bosque Seco</p> <p>6 semanas (duración de curso de Guías Naturalistas 1)</p> <p>Depende de la operación del turismo vivencial y de las actividades con la comunidad Portovelo</p>
<p><b>En Precio:</b></p> <p>Realizar un taller grupal para definir precios de la operación turística por temporada (dentro del Curso para Guías Naturalistas 1 que reciben actualmente en el módulo de paquetes turísticos)</p>	<p><b>A1:</b> Establecer los precios de acuerdo a las condiciones del producto y del trabajo humano</p> <p><b>A3:</b> Realizar una reunión de validación con el MINTUR para los nuevos precios</p>	<p>Pápelo grafos, marcadores, pizarra, tiza líquida</p> <p>Pápelo grafos, marcadores, pizarra, tiza líquida</p>	<p>Todos los socios de Asomanglar</p> <p>Todos los socios de ASOManglar y MINTUR</p>	<p>3 días</p> <p>Indefinido, depende de los requerimientos</p>
<p><b>En Plaza:</b></p> <p>Establecer convenios o alianzas con proyectos turísticos cercanos a la Isla Corazón</p>	<p><b>A1:</b> Realizar visitas a proyectos cercanos (turismo comunitario o afines) interesadas en participar en paquetes turísticos integrales con Isla Corazón a través de una alianza o convenio.</p> <p><b>A2:</b> Realizar convenios de cooperación con instituciones de Educación Superior (Universidades_ Anexo 1) cuyas carreras estén</p>	<p>Teléfono, Transporte, alimentación, cuadernos, esferos</p> <p>Teléfono, Transporte, alimentación, cuadernos, esferos</p>	<p>Carlos Moreira Lenín Barré</p> <p>Julio Rodríguez y Didimo Moreira</p>	<p>1 mes</p> <p>2 meses</p>

	relacionadas con Turismo, Hotelería y Biología para gestión en la distribución del producto turístico			
<b>En Promoción:</b>  Determinar los canales de promoción apropiados para ofertar el producto turístico	<p><b>A1:</b> Participación en Ferias turísticas nacionales</p> <p><b>A2:</b> Participación en instituciones educativas de las principales ciudades de la provincia de Manabí (Portoviejo, Manta, Bahía, Chone)</p> <p><b>A3:</b> Creación de sitio web e incorporación en links de interés</p> <p><b>A4:</b> Creación de folletería (DTV) para ofertar el producto turístico</p>	<p>TV, videos, folletos, artesanías, camisetas, banner</p> <p>Material promocional, carpeta, logística (transporte, alimentación, teléfono)</p> <p>A cargo de Fundación Esquel</p> <p>A cargo de Fundación Esquel</p>	<p>Municipio de San Vicente / Bahía de Caráquez; Luciano Moreira, Gina Napa, Mariana Reyes</p> <p>Francisco Reyes, Yandry Rodríguez, Mariana Reyes, Julio Rodríguez</p> <p>Diógenes Moreira, Fundación Esquel, MINTUR, M. Ambiente</p> <p>Diógenes Moreira, Fundación Esquel</p>	<p>2 meses</p> <p>1 semana por ciudad</p> <p>Indefinido, según requerimientos</p> <p>Indefinido, según requerimientos</p>

Dentro de las **Recomendaciones generales** se puede destacar varios aspectos como por ejemplo:

- 1) Para la ejecución de las 9 actividades previstas para fortalecer el producto turístico, es menester designar un responsable general (ya sea institución, técnico o un poblador de Portovelo) que vele constantemente por el apropiado cumplimiento de cada una de ellas considerando los tiempos de duración para la preparación de cada actividad.
- 2) Para incorporar las actividades culturales en el turismo que se desarrolla en Isla Corazón se requiere de estandarizar dos aspectos fundamentales como la planificación turística de los paquetes y tours a ofertarse y una organización apropiada con los actores involucrados directos e indirectos de Portovelo.

- 3) Para la realización del mejoramiento del Centro de interpretación Ambiental en lo concerniente a fotografías, maquetas y mensajes se contará con el apoyo técnico de 8 pasantes de la PUCE de Quito, quienes permanecerán por un tiempo aproximado de 8 a 15 días con el afán de realizar esta actividad concreta.
- 4) Para una mejor operación del producto turístico de Portovelo, se requiere organizar la operadora de turismo recién creada con el fin de obtener ganancias para la población y los actores involucrados directamente en la actividad turística.
- 5) Con el objetivo de fortalecer el producto turístico se debe mejorar las instalaciones del sendero interpretativo (que actualmente el PMRC lo está desarrollando), el comedor, los baños, y las cabañas de alojamiento.
- 6) Para poder obtener información de primera fuente, se debe procesar los datos del registro de visitantes para obtener estadísticos mensuales y anuales sobre los diferentes nichos de mercado y grupos de visitantes que acuden a Isla Corazón.
- 7) Como la oferta va a ser complementaria con la Comunidad, se sugiere definir un logotipo y un slogan promocional que involucre a Isla Corazón y a la Comunidad Portovelo. De esta manera se potencia el turismo nacional e internacional a través de un posicionamiento de imagen en la mente del turista.
- 8) Incorporar dinámicas de educación ambiental (juegos, actividades participativas, entre otras) dirigidos a los grupos de turistas que acuden a visitar la comunidad y la isla corazón
- 9) Involucrarse en el aprendizaje del idioma inglés, manejo de Internet y gestión administrativa (enfocado a la operación turística), lo cual constituye una tarea urgente para prepararse apropiadamente al turismo potencial que está interesado en visitar la zona. La organización es un pilar fundamental en este aspecto.
- 10) Además de que se fomente las relaciones laborales con la Comunidad Portovelo y Puerto Portovelo, se puede mejorar la operación del producto turístico, enfocando las actividades de educación, recreación y conservación de los recursos naturales hacia los visitantes que desean aprender sobre la naturaleza y cultura.

### **INFORME DE EVENTOS**

Evento	Taller de aplicación de mercadeo turístico
--------	--

Fecha	16,17 y 18 de mayo / 2008
Lugar	Portovelo (San Vicente – Manabí)
Participantes	Socios de ASOManglar, Representantes Comité de Damas, Representantes Comunidad Portovelo y Puerto Portovelo
Logro de los objetivos	SE cumplió los objetivos planteados y solicitados por CODEMIC y ESQUEL, generando satisfacción en los pobladores participantes e incentivando a fortalecer la oferta existente hacia nuevas actividades que vienen a constituirse en la oferta complementaria de Isla Corazón, dándole mayor diversificación y originalidad a esta iniciativa turística.
Descripción de la actividad	LA actividad consistió en explicar de manera práctica los conceptos del mercadeo turístico y validar a través de consensos y trabajos grupales en los que se discuta sobre las mejores alternativas para el crecimiento y desarrollo de la actividad turística en la zona.
Facilitador/a Calidad de la facilitación	Renato Cevallos  La calidad de la facilitación fue satisfactoria. Las respuestas de los participantes designan un valor de 5
Metodología de trabajo	Taller participativo, Charlas participativa,
Instrumentos y material	Papelotes, marcadores, pizarra de tiza líquida, tiza líquida, borrador, masquin
Aporte comunitario (valorado)	El aporte de la comunidad fue muy positivo y motivante. A pesar de que se atrasaron los tres días para iniciar el taller, asistieron con muchas expectativas y ganas de compartir. Los comentarios y aportes fueron enriquecedores, especialmente en la validación del plan de acción
Lecciones aprendidas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La organización en la operación turística es fundamental para obtener mejores resultados.</li> <li>2. La presencia de líderes con vocación de cambio y emprendimiento es una requisito en esta iniciativa</li> <li>3. El apoyo femenino en la operación turística constituye un complemento muy valioso por la calidad de experiencia que se puede ofrecer a los visitantes</li> <li>4. Las alianzas con empresas e instituciones es un requisito para desarrollar el turismo en este tipo de localidades.</li> <li>5. La motivación de los jóvenes transmite fuerza, ímpetu, ánimo y da vida a las comunidades rurales.</li> </ol>

## **INICIATIVA TURÍSTICA “YUNGUILLA”**

La iniciativa turística “Yunguilla” tuvo un desempeño interesante, ya que la mayor parte de los asistentes formaban parte de los pobladores que actualmente están preparando sus viviendas tradicionales para recibir a los visitantes extranjeros, con el fin de innovar la oferta de Yunguilla y enfocarse al desarrollo del turismo vivencial, una de las modalidades muy apetecida por los europeos encantados en descubrir la cultura popular local de una comunidad con el fin de aprender de su forma de vida y las diferentes actividades que se desarrollan.

Se realizó una serie de reflexiones con los participantes, debido a que tienen una alta motivación para apostarle al turismo como una alternativa de ingresos económicos y de aprendizaje hacia los turistas. Cabe señalar que existe una experiencia previa con los voluntarios extranjeros, quienes ya han tenido la oportunidad de convivir con estas familias durante varios meses. La diferencia con los turistas radica básicamente en las exigencias de calidad y de capacidad de pago que pueden, frente a un voluntario que comúnmente no lo tiene.

Dentro de los aspectos positivos que se puede determinar constituye el componente humano participante, con buena motivación y ganas de asistir a pesar de su jornada dura de trabajo en la mañana. Las reuniones fueron de 5 pm en adelante por lo que fue necesario ser breve, conciso, claro para que los asistentes no se cansen y peor aún se duerman.

Uno de los aspectos negativos fue la impuntualidad por parte de los asistentes, lo cual se hizo más evidente el día 2 (martes 27) que acudió el 50 % del total, debido a que muchos se encontraban enfermos o tenían otras actividades que realizar, como comentaron algunos de los pobladores. Pese a ello, hubo interés, comentarios, preguntas y una dinámica de trabajo relajada, no muy tensionante ni solamente teórica.

El día 1 estuvo presente el presidente de la Corporación Microempresarial Yunguilla (Gerardo Morales), por lo que se mostró más liderazgo en el trabajo y participación debido a que maneja información y datos que no todos los socios conocen.

Esto demuestra que la comunicación y los canales que actualmente utilizan no son los más adecuados. Es necesario fortalecerlos para que todos los socios o gran parte de ellos conozcan información que es imprescindible de transmitir a los turistas o a los actores involucrados en el proyecto.

Gracias a esta situación se pudo detectar las falencias que poseen actualmente en el tema de organización comunitaria y de transmisión de información a través de canales óptimos. Es menester dar un giro a esta calamidad, porque de caso contrario el turismo podría decaer en la zona, ya que el componente humano es el que se requiere para el crecimiento y mejoramiento de las actividades turísticas.

A continuación se presenta el plan de acción, el mismo que fue validado y consensuado por los participantes que asistieron en las dos jornadas del lunes y martes.

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	MATERIALES	RESPONSABLES	TIEMPO DE DURACIÓN	
<b>En Producto:</b>  Organizar la gestión administrativa en la operación del producto turístico	<b>A1:</b> Definir grupos participantes con horarios definidos y funciones claramente comprendidas	Papelógrafos y marcadores. (cartelera de planificación ó pizarra hecho en madera)	Galindo Parra, Patricio Oña, Matilde Sánchez, Leonina Tené, Inés Parra, Gloria Mosquera	30 días	
	<b>A2:</b> Facilitar los canales de comunicación efectiva para la operación turística con los encargados de las microempresas, tienda comunitaria, guías naturalistas, propietarios de las casas comunitarias	Churo comunicador o cuerno.	María Oña	3 días	
	Crear nuevos paquetes turísticos en alianza con otros proyectos de la zona	<b>A1:</b> Definir las actividades turísticas innovadoras, posibles a realizar en la zona de influencia del proyecto	Papelógrafos y marcadores.	Propietario de cada parcela o finca, establo o similar  Galindo Parra	Pendiente
		<b>A2:</b> Realizar alianzas de cooperación con proyectos cercanos para fortalecer la oferta del proyecto y de la zona en general		Pendiente	Pendiente
<b>En Plaza:</b>  Definir los actores claves para la distribución de la oferta turística de Yunguilla	<b>A1:</b> Realizar reuniones con las universidades interesadas en apoyar como intermediarios al proyecto Yunguilla	Agenda de trabajo, esfero	Pendiente	30 días	

	<b>A2:</b> Establecer un convenio de intermediación turística con proyectos aledaños a Yunguilla	Agenda de trabajo, esferos	Pendiente	30 días
<b>En Promoción:</b> Determinar los medios de promoción apropiados de acuerdo al segmento de turistas	<b>A1:</b> Realizar charlas didácticas en instituciones educativas (escuelas y colegios) de Quito para ofertar paquetes turísticos de aprendizaje cultural, recreación y educación ambiental  <b>A2:</b> Establecer adecuados materiales de promoción para atraer al mercado de turismo nacional de familias.  <b>A3:</b> Apoyarse de las Instituciones Internacionales con las que se ha trabajado para promocionar los programas de turismo vivencial en países europeos y norteamericanos a grupos de turistas no necesariamente voluntarios	Material DTV, video, material didáctico  Material DTV, video, material didáctico  Material DTV, video, material didáctico	Gerardo Morales German Collaguazo, Edison Oña  Fundación Esquel  Germán Collaguazo	60 días  Indefinido  2 meses

Dentro de las **Recomendaciones generales** se puede destacar varios aspectos como por ejemplo:

1. De manera urgente se requiere una organización efectiva en la comunidad y entre los líderes principales de los diferentes grupos existentes (quesos, mermeladas, artesanías, guías naturalistas, entre

- otros) debido a que el turismo bien manejado exige una organización y cabezas visibles que puedan sostener a dicha actividad.
2. Se requiere incentivar a los jóvenes para participar en proyectos relacionados con el turismo comunitario a través de la guía, el alquiler de equipos, los idiomas, el transporte, entre otros.
  3. Mejorar las condiciones del sendero de bromelias, vivero, orquideario, huertos orgánicos, mirador, debido a que se encuentra en total descuido y es necesario realizar limpieza y mantenimiento de los mismos.
  4. Preparar desde el punto de vista técnico y logístico la planta y equipamiento para recibir al turista vivencial.
  5. Realizar periódicamente un registro de visitantes para obtener información estadística mensual y anual, con el fin de identificar los nichos de mercado existentes y los potenciales clientes que acudirán al proyecto.
  6. Involucrarse en el aprendizaje del idioma inglés (y posiblemente alemán) así como el manejo y gestión administrativa. Especialmente los jóvenes que son más lúcidos y más aptos para el idioma.
  7. Fomentar las relaciones laborales con los Proyectos aledaños o cercanos para mejorar la operación del producto turístico, enfocando las actividades de educación, recreación y conservación de los recursos naturales.
  8. Mejorar la vía de acceso (desde el carretero a Puerto Quito hasta la comunidad Yunguilla) para permitir que los visitantes acudan con facilidad a la Casa Tahua Ilullo.
  9. Crear un slogan promocional del proyecto Yunguilla para venderlo apropiadamente a distintos tipos de target: familias, turista vivencial, jóvenes y niños de instituciones educativas.
  10. Considerar la opción de rehabilitar el manejo del sitio Web de internet con sede en Calacalí, contratando una persona de planta que conozca inglés y manejo de correo electrónico.
  11. Motivar a que los pobladores puedan divulgar e informar a cualquier turista que acude al sector, sobre la información básica de la zona.
  12. Se podría considerar la opción de participar en la FITE del mes de septiembre del 2008, con el fin de captar una buena cantidad de visitantes para que signifique ingresos económicos al mes.
  13. Dentro de las Universidades se podría proponer a la participación de la PUCE, UIDE, UTE, ITI, UCT, SEK con el fin de manejar convenios de cooperación

14. Se podría realizar campamentos para niños y jóvenes y adicionalmente giras de observación y participación en actividades comunitarias con Yunguilla. Se podría empezar con visitas a los colegios y escuelas del Valle de los Chillos, sector San Rafael, como AMV, Giovanni Farina, entre otros.
15. Se sugiere tener en cuenta la posibilidad de que los estudiantes nacionales realicen pasantías en Yunguilla como una especie de voluntariado extranjero.

### INFORME DE EVENTOS

Evento	Taller de aplicación de mercadeo turístico
Fecha	26 y 27 de mayo / 2008
Lugar	Yunguilla (Pichincha – Ecuador)
Participantes	Los socios de la Corporación Microempresarial Yunguilla, y Grupo de pobladores interesados en el turismo vivencial
Logro de los objetivos	Se cumplió los objetivos planteados y solicitados por CODEMIC y ESQUEL, generando satisfacción en los pobladores participantes e incentivando a fortalecer la oferta existente hacia nuevas actividades como el turismo vivencial, dándole mayor diversificación y originalidad a esta iniciativa turística.
Descripción de la actividad	La actividad consistió en explicar de manera práctica los conceptos del mercadeo turístico y validar a través de consensos y trabajos grupales en los que se discuta sobre las mejores alternativas para el crecimiento y desarrollo de la actividad turística en la zona.
Facilitador/a Calidad de la facilitación	Renato Cevallos  La calidad de la facilitación fue satisfactoria. En la mayoría de los casos, las respuestas de los participantes designan un valor de 5.
Metodología de trabajo	Taller participativo, Charlas participativa
Instrumentos y material	Papelotes, marcadores, borrador, masquin
Aporte comunitario (valorado)	El aporte de la comunidad fue positivo aunque se atrasaron los dos días, asistieron con muchas expectativas y ganas de compartir. Los comentarios y aportes fueron enriquecedores, especialmente en la validación del plan de acción

Lecciones aprendidas	<ol style="list-style-type: none"><li>1. La organización en la comunidad es un pilar fundamental para obtener mejores resultados.</li><li>2. La presencia de líderes juveniles con vocación de cambio y emprendimiento es un reto obtenerlo</li><li>3. El trabajo conjunto con las familias participantes constituye la base para el turismo vivencial</li><li>4. Las alianzas con instituciones educativas constituye un factor positivo para desarrollar el turismo en este tipo de localidades.</li><li>5. Las comunidades no deben depender únicamente de los criterios y argumentos de su líder.</li></ol>
----------------------	---

## INICIATIVA TURÍSTICA “SANTA LUCIA”

La iniciativa turística “Santa Lucía” tuvo un desempeño irregular ya que uno de los factores que distrajo mucho durante todo el día fue el local donde se llevó a cabo el taller. Lamentablemente como es la casa de los voluntarios, había algunos de ellos que distraían mucho a los participantes de este taller. Había un poco de ruido, interrupciones, molestias por lo que se paseaban los voluntarios y pedían ayuda a Carolina o a los guías que estaban en el lugar.

Para llevar a cabo el taller de validación del plan de acción fue un reto y un logro haber culminado con resultados positivos. No se puede pensar que todo estaba perfecto ni en caso contrario caótico. No se pudo desarrollar muchas dinámicas participativas ni juegos por el tipo de espacio inapropiado, pero las temáticas preparadas se las pudo compartir con todos los asistentes.

Por otra parte, uno de las graves dificultades es que la mayoría de participantes no tienen conocimientos técnicos sobre el turismo, solamente conocen de la guianza y del trabajo positivo que implica relacionarse con los turistas y voluntarios. Esto constituye una debilidad porque se debe realizar un tratamiento especial de la información para que sea clara. Habían participantes mayores que no comprendían mucho de la temática tratada, lo cual dificultó el trabajo didáctico participativo puesto que no aportaron con ideas, ni aunque fueron motivados a hacerlo.

Pese a estos inconvenientes, las ideas transmitidas fueron bien receptadas por el grupo, especialmente el plan de acción, que realmente no es muy complejo ni difícil de realizar ya en la práctica. Gracias a la participación de los presentes, se pudo discutir algunas ideas en las que desatacaron dos personas que lideraron los criterios: Francisco Molina y Carolina Halcrow. Sin embargo todos asintieron en estar de acuerdo con las ideas propuestas en el plan de acción.

Adicionalmente se debe destacar que la acogida y atención fue muy buena por parte de los asistentes, pero se mostraban inquietos casi todo el tiempo, descubriendo posteriormente que la razón era asistir a las celebraciones de las fiestas de Nanegal, por lo cual, le taller no se pudo extender muchas horas ya que estaban muy inquietos y con ganas de salir (especialmente en las últimas horas).

Uno de los aspectos críticos del proyecto es la accesibilidad vehicular, punto de discusión en el que se proponía mejorar la carretera para que sea más fácil el tránsito tanto de turistas nacionales y extranjeros así como voluntarios. Se debería pensar que si el turismo nacional tiene como opción de fin de semana la visita a Santa Lucía, se debe implementar una mejor calidad de vía para poder acceder a la zona sin muchos riesgos ni problemas que afecten a la salud y a la satisfacción del cliente.

A continuación se describe el plan de acción propuesto y validado por los pobladores principales que asistieron durante todo el día sábado 24, quedando pendiente el tema de la carretera, puesto que esa situación implica un trabajo sistémico y responsable por parte de los Municipios, Consejos provinciales y ONG interesadas en afrontar el problema.

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	MATERIALES	RESPONSABLES	TIEMPO DE DURACIÓN
<b>En Producto:</b> Crear nuevos paquetes turísticos complementarios con otras iniciativas o lugares aledaños, analizando las fortalezas de cada proyecto	<b>A1:</b> Definir los proyectos / sitios participantes en la nueva propuesta para que sea complementaria	Papelógrafos y marcadores. Agenda de Trabajo	Varios participantes	1 semana
	<b>A2:</b> Proponer los nuevos paquetes turísticos innovadores que involucren a potenciales microempresarios de las comunidades o poblados cercanos	Agenda de trabajo, cuadernos, hojas, esferos.	Francisco Molina Carolina Halcrow Edison Tapia	2 semanas
<b>En Plaza:</b> Definir posibles agencias operadoras de ecoturismo en Ecuador que deseen participar en la distribución del producto turístico Sta. Lucía	<b>A1:</b> Realizar reuniones con las posibles operadoras turísticas de Quito (Anexo 2) interesadas (como Tropic Ecological Adventures, o Ecuador Adventure) en apoyar como intermediarios al proyecto Santa Lucía	Agenda de trabajo, esferos	Delegado encargado	4 semanas
	<b>A2:</b> Establecer un convenio de participación con las Universidades para la intermediación del	Agenda de trabajo, esferos material promocional	Delegado Encargado	1 semana

	turismo			
<b>En Promoción:</b>  Determinar los medios de promoción apropiados en la ciudad de Quito para amantes de aves, aventureros, estudiantes y familias	<b>A1:</b> Realizar charlas en instituciones educativas de Quito u otras ciudades para ofertar el aprendizaje de la conservación de los recursos naturales en el Bosque Nublado de Santa Lucía	Material DTV, video, material didáctico	Delegado encargado	1 mes
	<b>A2:</b> Establecer adecuados materiales de promoción para atraer al mercado de turismo nacional familiar y estudiantil	Material DTV, video, material didáctico	Delegado encargado	1 mes
	<b>A3:</b> Participación en ferias de turismo nacional	Material DTV, videos	Fundación ESQUEL Corporación Metropolitana	Indefinido

Dentro de las **Recomendaciones generales** se puede destacar varios aspectos como por ejemplo:

1. Mejorar el estado de conservación de los senderos, principalmente las condiciones de los senderos existentes en el proyecto en lo que respecta a la limpieza de ramas que estorban el recorrido.
2. Mejorar a través de mingas la carretera para ofrecer mayores facilidades al visitante, especialmente el turista exigente que le puede interesar realizar el ecoturismo
3. Realizar un registro de visitantes periódico para obtener información estadística mensual y anual.

4. Involucrarse en el aprendizaje del idioma inglés y alemán, arriesgándose a ofrecer guías bilingües en el mercado turístico.
5. Fomentar las relaciones laborales con los Proyectos aledaños o cercanos para mejorar la operación del producto turístico, enfocando las actividades de educación, recreación y conservación de los recursos naturales.
6. Proponer un slogan promocional (que transmita las ideas de Comunidad y Conservación en una frase impactante) para vender apropiadamente el Producto Santa Lucía.
7. Para participar en la feria de turismo se debe preparar las alianzas con los tour operadores que han asistido y la folletería necesaria que se requiera para vender la experiencia de comunidad y conservación.
8. Los trípticos deben ser trabajados en unos dos o tres colores pasteles, suaves, que utilicen fotografías impactantes y poco texto, es decir es más bersátil. Debe procurarse que exista armonía entre los colores, las fotos, el contenido. Esta recomendación puede estar correcta, de la misma forma para la Comunidad Yunguilla.
9. La oferta turística de Santa Lucía puede fortalecerse si se considera a los atractivos que posee la Parroquia Nanegal además de la Cascada La Piragua, con el fin de ofrecer mayor variedad al turista, se podría dirigir muchas actividades tanto al turista nacional como extranjero.
10. En la zona de la Delicia se podría realizar un proyecto de agroturismo que facilite las posibilidades de ofrecer a un mercado nacional las actividades relacionadas con la agricultura, la ganadería, y la experiencia de participar en actividades claves como cabalgatas, ciclismo, baños en río o cascadas.

### **INFORME DE EVENTOS EN SANTA LUCÍA**

Evento	Taller de aplicación de mercadeo turístico
Fecha	24 de mayo / 2008
Lugar	La Delicia (Pichincha – Ecuador)
Participantes	Los socios de la Cooperativa Santa Lucía
Logro de los objetivos	Se cumplió los objetivos planteados y solicitados por CODEMIC y ESQUEL, generando satisfacción en los pobladores participantes e incentivando a fortalecer la oferta existente hacia nuevas actividades como la diversificación de la oferta incorporando atractivos aledaños o cercanos como la Cascada La Piragua para ofrecer mayor originalidad a esta

	iniciativa turística.
Descripción de la actividad	La actividad consistió en explicar de manera práctica los conceptos del mercadeo turístico y validar a través de consensos y trabajos grupales en los que se discuta sobre las mejores alternativas para el crecimiento y desarrollo de la actividad turística en la zona.
Facilitador/a Calidad de la facilitación	Renato Cevallos  La calidad de la facilitación fue satisfactoria. En la mayoría de los casos, las respuestas de los participantes designan un valor de 5.
Metodología de trabajo	Taller participativo, Charlas participativa
Instrumentos y material	Papelotes, marcadores, borrador, masquin
Aporte comunitario (valorado)	El aporte de la comunidad fue positivo aunque hubo mucha distracción por parte de los voluntarios, asistieron con muchas expectativas y ganas de compartir. Los comentarios y aportes fueron enriquecedores, especialmente en la validación del plan de acción.
Lecciones aprendidas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La presencia de líderes juveniles en la Parroquia Nanegal, deben tener vocación de cambio y emprendimiento</li> <li>2. La importancia de mejorar la accesibilidad al proyecto Santa Lucía trae consigo más turismo.</li> <li>3. El trabajo conjunto con los pobladores interesados de Nanegal</li> <li>4. Las alianzas con instituciones educativas constituye un factor positivo para desarrollar el turismo en este tipo de localidades.</li> <li>5. Las comunidades no deben depender únicamente de los criterios y argumentos de su líder .</li> </ol>

# ANEXOS

## **ANEXO 1:**

### **UNIVERSIDADES A LAS QUE SE PUEDE ACUDIR CERCA A SAN VICENTE (CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA)**

	<b>CARRERA</b>	<b>UNIVERSIDAD</b>	<b>PROVINCIA</b>
1	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	BAHIA DE CARAQUEZ
2	HOTELERIA Y TURISMO	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI	BAHIA DE CARAQUEZ
3	ADMINISTRACION TURISMO	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	BAHIA DE CARAQUEZ
4	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	CALCETA
5	INGENIERIA EN TURISMO	ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA AGROPECUARIA DE MANABI	CALCETA
6	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	CHONE
7	HOTELERIA Y TURISMO	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI	CHONE
8	LICENCIATURA EN TURISMO	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	CHONE
9	HOTELERIA Y TURISMO	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI	EL CARMEN
10	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	JIPIJAPA
11	INGENIERIA EN ECOTURISMO	UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI	JIPIJAPA
12	ADMINISTRACION HOTELERA Y TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL	MANTA
13	ADMINISTRACION HOTELERA Y TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL	MANTA
14	ADMINISTRACION TURISTICA	ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO	MANTA
15	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	MANTA
16	ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI	MANTA
17	HOTELERIA Y TURISMO	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI	MANTA
18	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	PEDERNALES
19	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	PORTOVIEJO
20	ADMINISTRACION TURISTICA	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	PORTOVIEJO
21	ECOTURISMO	UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO	PORTOVIEJO
22	INGENIERIA ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	PORTOVIEJO
23	LICENCIATURA EN TURISMO	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR	PORTOVIEJO
24	INGENIERIA ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	PUERTO LOPEZ

## ANEXO 2:

### AGENCIAS DE VIAJES EN QUITO A LAS QUE SE PUEDE PROPONER LOS CONVENIOS

<u>Agencias de viajes</u>	<u>Dirección</u>	<u>Teléfono</u> código país-área
 <b>Eagletours C. A.</b>	<i>Amazonas 842 y Veintimilla Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 250 8411 (593) (2) 250 8404
 <b>Amazon Travel agency</b>	<i>Av. America y San Gabriel Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 254 3251
 <b>Sagatur Cia.Ltda</b>	<i>29 de Mayo y Tulcan. Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 276 2057 (593) (2) 276 8446
 <b>Orion Ecoturismo</b>	<i>La Niña 145 - Edificio Pazmiño Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 290 9521 (593) (2) 290 9522
 <b>Aviacenter Travel agency</b>	<i>Av. de los Shyris y Portugal Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 243 7409 (593) (2) 243 7045
 <b>Columbus</b>	<i>Calle Leonidas Plaza y Roca Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 223 6688
 <b>Galasam</b>	<i>Cordero 1354 y Av. Amazonas Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 250 7080 (593) (2) 250 7081
 <b>Andevisa Travel agency</b>	<i>18 de Sept y Amazonas Quito - Ecuador</i>	(593) (2) 254 4026

Fuente: <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/agencias-viajes.htm>

**ANEXO 3:****RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LOS PARTICIPANTES AL FACILITADOR****Iniciativa turística Isla Corazón**

Preguntas	Calificación						
	1	2	3	4	5	En blanco	Total
<b>EVALUACIÓN DEL EVENTO</b>							
Los objetivos del taller se cumplieron				3	12		15
El nivel de manera global, fue					15		15
Metodología				1	13	1	15
Grado en que curso cumplió con sus expectativas				1	13	1	15
<b>LOGÍSTICA-APOYO.-</b>							
Cumplimiento de programación				4	11		15
Materiales				3	12		15
Local e instalaciones				2	12	1	15
Refrigerios		1	2	3	8	1	15
<b>EVALUACIÓN</b>							
Contenido				2	13		15
Metodología				4	11		15
Capacidad facilitación				1	14		15
Sirve, se puede aplicar, es útil				2	13		15
<b>EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN</b>							
Contenido				3	12		15
Metodología				1	14		15
Capacidad facilitación				2	13		15
Sirve, se puede aplicar, es útil				3	12		15

**Iniciativa turística Yunquilla**

Nº	Preguntas	Calificación						
		1	2	3	4	5	En blanco	Total
<b>I</b>	<b>EVALUACIÓN DEL EVENTO</b>							
1	Los objetivos del taller se cumplieron				1	5		6
2	El nivel de manera global, fue				2	4		6
3	Metodología				2	4		6
4	Grado en que curso cumplió con sus expectativas				1	5		6
<b>II</b>	<b>LOGÍSTICA-APOYO.-</b>							
1	Cumplimiento de programación			1	3	2		6
2	Materiales			1	1	4		6
3	Local e instalaciones				2	4		6
4	Refrigerios	1			2	3		6

<b>III</b>	<b>EVALUACIÓN</b>						
1	Contenido				1	5	6
2	Metodología					6	6
3	Capacidad facilitación				1	5	6
4	Sirve, se puede aplicar, es útil				1	5	6
<b>IV</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN</b>						
1	Contenido				2	4	6
2	Metodología					6	6
3	Capacidad facilitación					6	6
4	Sirve, se puede aplicar, es útil				2	4	6

### Iniciativa turística Santa Lucia

<b>N o</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Calificacion</b>						
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>En blanco</b>	<b>Tota l</b>
<b>I</b>	<b>EVALUACIÓN DEL EVENTO</b>							
1	Los objetivos del taller se cumplieron			1		9		10
2	El nivel de manera global, fue			1		9		10
3	Metodología			1	3	6		10
4	Grado en que curso cumplió con sus expectativas			1	2	7		10
<b>II</b>	<b>LOGÍSTICA-APOYO.-</b>							
1	Cumplimiento de programación			1	1	8		10
2	Materiales			2	1	6	1	10
3	Local e instalaciones		1	2	2	5		10
4	Refrigerios	2	1		1	4	2	10
<b>III</b>	<b>EVALUACIÓN</b>							
1	Contenido				2	7	1	10
2	Metodología				4	6		10
3	Capacidad facilitación				3	7		10
4	Sirve, se puede aplicar, es útil	2			4	4		10
<b>IV</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN</b>							
1	Contenido		1		2	5	2	10
2	Metodología				2	6	2	10
3	Capacidad facilitación				1	7	2	10
4	Sirve, se puede aplicar, es útil				2	6	2	10

# AGENDA DE ACTIVIDADES REALIZADAS



## AGENDA REALIZADA EN ISLA CORAZÓN

### DIA 1:

Evento	<b>Taller de aplicación de mercadeo turístico</b>
Lugar	<b>Puerto Portovelo</b>
Fecha	<b>Viernes 16 de mayo del 2008</b>
Facilitador	<b>Renato Cevallos Becerra</b>

<b>Horario</b>	<b>Actividades</b>	<b>Materiales</b>	<b>Observaciones</b>
15H00 – 15H30	Presentación de los participantes. Dinámica: “Curriculum sin corbata”.	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	
15H30 – 16H00	<b>Charla sobre producto turístico:</b> ➤ Componentes del producto turístico. ➤ Tipo de producto que vende Portovelo.	Pizarra Marcador de tiza líquida	
16H00 – 16H20	<b>Taller grupal:</b> Visualización de la comunidad a futuro, incorporando nuevas actividades al producto ya existente, con un enfoque <b>cultural</b>	Papelotes Marcadores de varios colores	Se debe dividir en tres o cuatro grupos para facilitar el trabajo grupal
16H20 – 16H40	<b>Plenaria:</b> Exposición de ideas (resultados, de cada uno de los grupos).	Pizarra de tiza líquida, Papelotes.	Debe ser una presentación oral de cada grupo
16H40 – 17H00	Conclusiones generales. - Explicación de actividades de la siguiente reunión. - Llenar hoja de asistencia, con sus respectivas firmas.	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	



## DIA 2:

Evento	<b>Taller de aplicación de mercadeo turístico</b>
Lugar	<b>Puerto Portovelo</b>
Fecha	<b>Sábado 17 de Mayo del 2008</b>
Facilitador	<b>Renato Cevallos Becerra</b>

<b>Horario</b>	<b>Actividades</b>	<b>Materiales</b>	<b>Observaciones</b>
7:00 – 7:30	<b>El mercado turístico:</b> - Diferencias entre el turista nacional y el extranjero - Aspectos a considerar en el análisis de los grupos de turistas	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	Se retrasó el inicio de las actividades porque los participantes llegaron demasiado tarde. Se empezó a las 8H30
7:30 – 7:50	<b>Taller grupal:</b> ¿Cómo se puede ofrecer calidad y satisfacción a este tipo de turistas?		Se escoge un participante que representará a un guía nativo y el resto a los turistas
7:50 – 8:10	<b>Plenaria:</b> Exposición de los resultados a través de una dramatización de un guía que ofrece calidad y procura satisfacer a sus turistas.		
8:10 – 8:30	<b>El precio del producto:</b> Explicación sobre las formas de definir precios en base a la competencia y en base a los costos de operación (producción)	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	Estas actividades se las desarrolló a partir de las 16:30 ya que se interrumpió por el Curso de guías naturalistas.
8:30 – 8:35	<b>Dinámica:</b> La familia Guariche (de penitencia para los atrasados)		
8:35 – 8:55	<b>La distribución del producto:</b> - Los canales directos e indirectos. - Ventaja de su utilización. - Como negociar o hacer una alianza: Intercambio y poder de la palabra. Relaciones	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	

	humanas.		
8:55 – 9: 15	<b>La promoción del producto:</b> Los medios utilizados. Ventajas y desventajas de utilizar los medios tradicionales	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	
9:15 – 9:30	<b>Dinámica ecológica:</b> La tala de manglares		
9:30 – 9:40	- Explicación de actividades del día de mañana en la siguiente reunión. - Llenar hoja de asistencia, con sus respectivas firmas.		

### **DIA 3:**

Evento	<b>Taller de aplicación de mercadeo turístico</b>
Lugar	<b>Portovelo (Taller de las mujeres artesanas)</b>
Fecha	<b>Domingo 18 de Mayo del 2008</b>
Facilitador	<b>Renato Cevallos Becerra</b>

<b>Horario</b>	<b>Actividades</b>	<b>Materiales</b>	<b>Observaciones</b>
8:00 – 8:30	<b>Reflexión:</b> ¿Cómo estoy ahora y cómo puedo ser mejor en el turismo?	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	Se empezó media hora tarde, debido a un retraso por parte de los participantes
8:30 – 11:45	Presentación del <b>plan de acción</b> a los participantes. <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Revisión y discusión del contenido.</li> <li>➤ Definición de materiales, tiempos y responsables directos.</li> <li>➤ Aprobación del plan de acción.</li> </ul>	Papelotes Marcadores de varios colores	Es muy importante explicar claramente el contenido de la propuesta desarrollada para su respectiva aceptación de parte de la comunidad
11:45 – 12:00	- Conclusiones finales. - Llenar hoja de asistencia, con sus respectivas firmas.	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	





## AGENDA REALIZADA EN SANTA LUCÍA

Evento	<b>Taller de aplicación de mercadeo turístico</b>
Lugar	<b>La Delicia (casa de voluntarios)</b>
Fecha	<b>Sábado 24 de Mayo del 2008</b>
Facilitador	<b>Renato Cevallos Becerra</b>

<b>Horario</b>	<b>Actividades</b>	<b>Materiales</b>	<b>Observaciones</b>
9:00 – 9:10	Presentación de los participantes.		Hubo un retraso por parte de los participantes de más de media hora
9:10 – 9:40	<b>Charla sobre producto turístico:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Componentes del producto turístico.</li> <li>➤ Tipo de producto que vende Santa Lucía.</li> </ul>	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	
9:40 – 10:15	<b>El mercado turístico:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferencias entre el turista nacional y el extranjero</li> <li>- Aspectos a considerar en el análisis de los grupos de turistas</li> </ul>	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	
10:20 – 10:50	<b>El precio del producto:</b> Explicación sobre las formas de definir precios en base a la competencia y en base a los costos de operación (producción)	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	
10:50 – 11:20	<b>La distribución del producto:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los canales directos e indirectos.</li> <li>- Ventaja de su utilización.</li> </ul>	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	

	- Como negociar o hacer una alianza: Intercambio y poder de la palabra. Relaciones humanas.		
11:30 – 12:00	<b>La promoción del producto:</b> Los medios utilizados. Ventajas y desventajas de utilizar los medios tradicionales	Pizarra Marcador de tiza líquida Borrador	
12:10 – 13:00	<b>Receso (almuerzo en Nanegal)</b>		
13:30 – 14:20	<b>Reflexión:</b> ¿Cómo estoy ahora y cómo puedo ser mejor en el turismo?		
14:20 – 17:20	Presentación del <b>plan de acción</b> a los participantes. <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Revisión y discusión del contenido.</li> <li>➤ Definición de materiales, tiempos y responsables directos.</li> <li>➤ Aprobación del plan de acción.</li> </ul>	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	Se realizará una tarea grupal en el tema de Producto turístico, con su respectiva participación oral en la plenaria grupal
17:20 – 17:30	- Conclusiones finales. - Llenar hoja de asistencia, con sus respectivas firmas.		



## AGENDA REALIZADA EN YUNGUILLA

### DIA 1:

Evento	<b>Taller de aplicación de mercadeo turístico</b>
Lugar	<b>Casa Tahuallullo</b>
Fecha	<b>Lunes 26 de Mayo del 2008</b>
Facilitador	<b>Renato Cevallos Becerra</b>

<b>Horario</b>	<b>Actividades</b>	<b>Materiales</b>	<b>Observaciones</b>
17:00 – 17:10	Presentación de los participantes.		Hubo un retraso por parte de los participantes para empezar las actividades
17:10 – 17:40	Identificación de aspectos claves para la operación del turismo vivencial	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	
17:40 – 18:10	<b>Charla sobre producto turístico:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Componentes del producto turístico.</li> <li>➤ Tipo de producto que vende Yunguilla</li> </ul>	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	
18:10 – 18:30	<b>El mercado turístico:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferencias entre el turista nacional y el extranjero</li> <li>- Aspectos a considerar en el análisis de los grupos de turistas</li> </ul>	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	
18:30 – 19:00	<b>Receso (refrigerio)</b>		
19:00 – 19:20	<b>El precio del producto:</b> Explicación sobre las formas de definir precios en base a la competencia y en base a los costos de operación	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	

	(producción)		
19:20 – 19:40	<b>La distribución del producto:</b> - Los canales directos e indirectos. - Ventaja de su utilización. - Como negociar o hacer una alianza: Intercambio y poder de la palabra. Relaciones humanas.	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	
19:40 – 20:00	<b>La promoción del producto:</b> Los medios utilizados. Ventajas y desventajas de utilizar los medios tradicionales	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	
20:00 – 20:10	- Conclusiones finales. - Llenar hoja de asistencia, con sus respectivas firmas.		

## **DIA 2:**

Evento	<b>Taller de aplicación de mercadeo turístico</b>
Lugar	<b>Casa Tahuallullo</b>
Fecha	<b>Martes 27 de Mayo del 2008</b>
Facilitador	<b>Renato Cevallos Becerra</b>

17:00 – 17:30	<b>Reflexión:</b> ¿Cómo estoy ahora y cómo puedo ser mejor en el turismo?	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	Hubo un retraso por parte de los participantes de más de media hora
17:30 – 19:30	Presentación del <b>plan de acción</b> a los participantes. <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Revisión y discusión del contenido.</li> <li>➤ Definición de materiales, tiempos y responsables directos.</li> <li>➤ Aprobación del</li> </ul>	Papelotes Marcadores de varios colores Masquin	

	plan de acción.		
19:30 – 19:50	<b>Receso</b> (refrigerio)		
19:50 – 20:00	- Conclusiones finales. - Llenar hoja de asistencia, con sus respectivas firmas.		