UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN MARKETING

PLAN DE MARKETING DIRIGIDO AL DESARROLLO DE MARCA, POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN DEL ÁREA TURÍSTICA DE YACHAY CIUDAD DEL CONOCIMIENTO

AUTORA: María Isabel Pasquel Calderón

DIRECTOR: Richard Plantier

2016

Quito-Ecuador

CERTIFICACIÓN

Yo, MARÍA ISABEL PASQUEL CALDERÓN, declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación; y, que ésta es original, es auténtica y personal. Para todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la UIDE, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

MARÍA ISABEL PASQUEL CALDERÓN

Yo, RICHARD PLANTIER, Declaro que, en lo que yo personalmente conozco, la señorita MARÍA ISABEL PASQUEL CALDERÓN, es la autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, autentica y personal.

RICHARD PLANTIER

DEDICATORIA

Dedico con aprecio esta tesis a mi Jefe y Director Richard Plantier, por la comprensión, guía y apoyo durante el tiempo de elaboración de la investigación. A mis padres Grace y Patricio por ser las personas incondicionales que siempre me apoyan y exigen en los retos y oportunidades de la vida. A mi abuelito Carlos por ser siempre mi consejero y el mejor ejemplo de esfuerzo y amor para lograr grandes cosas. Finalmente a mi hijo que está en camino, por ser desde ya la luz que va a alegrar mis días y mi razón de vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y fortaleza necesaria para la culminación de este trabajo. A la Empresa Pública Yachay E.P. por la apertura para el acceso a la información e implementación de acciones. A la Universidad Internacional y los profesores que aportaron a mi crecimiento profesional en cada una de sus cátedras.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN 1

1.1 ANTECEDENTES 1

1.1.1 Ciudad Patrimonial 4

1.1.1.1 Hacienda San José 5

1.1.1.2 Casa Chalet 5

1.1.1.3 Biblioteca de la Universidad Yachay Tech - Antiguo Ingenio 6

1.1.1.4 Casas de los Zafreros - Viviendas Estudiantiles 7

1.1.1.5 El Rosario - Viviendas de los Profesores 7

1.1.1.6 Estación Hoja Blanca 7

1.1.2 Ciudad Cultural 9

1.1.3 Desarrollo Eco amigable 10

1.1.4 Jardín Botánico 12

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 13

1.3 FORMULACIÓN 15

1.4 SISTEMATIZACIÓN 15

1.4.1 Variables 15

1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO 16

1.5.1 Objetivo General 16

1.5.2 Objetivos Específicos 17

1.6 HIPÓTESIS DEL PROYECTO 17

1.7 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN 18

1.7.1 Justificación Teórica 18

1.7.2 Justificación Metodológica 18

1.7.3 Justificación práctica 19

1.8 MARCO TEÓRICO 20

1.8.1 Investigación y análisis de mercado 20

1.8.2 Mix de Marketing 25

1.8.2.1 Producto 26
1.8.2.2 Precio 27
1.8.2.3 Plaza 28
1.8.3 Mix Promocional 29
1.8.3.1 Segmentación de Mercado 30
1.8.4 Marco Legal 33
1.8.4.1 Justificación 33
1.8.4.2 Aplicación 34
1.8.4.3 Área de influencia 35

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 36
2.1 INTRODUCCIÓN 36
2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO DEL ECUADOR 36
2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL PAÍS, LA PROVINCIA DE IMBABURA Y LA CIUDAD DEL CONOCIMIENTO 37
2.3.1 Análisis de la Oferta Turística del país 37
2.3.2 Análisis de la Oferta Turística de la Provincia de Imbabura 37
2.3.2.1 Atractivos Turísticos 38
2.3.2.2 Fiestas populares 39
2.3.2.3 Comidas Típicas 40
2.3.2.4 Calendario de Festividades de Imbabura 41
2.3.2.5 Educación 42
2.3.2.6 Alojamiento 42
2.3.3 Análisis de la Oferta Turística Yachay 43
2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL PAÍS, LA PROVINCIA DE IMBABURA Y LA CIUDAD DEL CONOCIMIENTO 44
2.4.1 Análisis de la Demanda Turística del País 44
2.4.1.1 Alojamiento 45
2.4.1.2 Entradas Internacionales 46

2.4.1.3 Turismo Interior 48
2.4.1.4 Características del Turismo Interno 48
2.4.2 Análisis de la Demanda Turística de la Provincia de Imbabura 50
2.4.2.1 Alojamiento 50
2.4.3 Análisis de la demanda turística de Yachay 52
2.4.3.1 Registro histórico visitas Yachay 52
Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.) 52
2.4.4 Análisis FODA 54

CAPÍTULO III

3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO 55
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA 55
3.1.1 Modelo de Investigación 55
3.1.2 Objetivos de la Investigación 57
3.1.2.1 Objetivos General de la Investigación 57
3.1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación 57
3.1.3 Metodología de la Investigación 57
3.1.3.1 Métodos 57
3.1.4 Tipo de Estudio 58
3.1.5 Tipo de Fuentes 58
3.1.6 Diseño de la Encuesta 59
3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS 61
3.2.1 Mercado Turístico Actual en Yachay 61
3.2.1.1 Datos informativos 61
3.2.1.2 Motivaciones del viaje 67
3.2.1.3 Satisfacción del turista 70
3.2.2 Tamaño de Mercado 71
3.2.3 Segmentación de Mercado 72
3.2.4 Mercados Meta 73
3.2.5 Perfil del Consumidor 73
3.2.6 Competencia 73
3.3 CONCLUSIONES 77

3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA 78
3.4.1 Conducción de sesiones grupales entre los actores involucrados 78
3.4.1.1 Sesión realizada con Turistas 78
3.4.1.2 Sesión realizada con funcionarios de la Empresa Pública Yachay 79
3.4.2 Benchmark para establecer los valores principales de Yachay y elaborar una visión futura de la Ciudad 81
3.4.2.1 Identificación de los atributos de la ciudad 81
3.4.2.2 Metáfora de la celebridad 82
3.4.2.3 Reflejo de imágenes 83
3.4.2.4 Diseño de logo/slogan 84
3.4.2.5 Visión de largo plazo 87

CAPÍTULO IV

4 PLAN DE MARKETING 89
4.1 EL MERCADO 89
4.1.1 Características de Mercado 89
4.1.2 Análisis de los motivos por los que Yachay es percibido o considerado como sólo una universidad 89
4.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING 91
4.2.1 Portafolio y Diseño de Productos 91
4.2.1.1 Líneas de producto 91
4.2.1.2 Descripción componentes de producto 93
4.2.1.3 Marca 102
4.2.1.4 Desarrollo de Submarca 103
4.2.1.5 Posicionamiento 104
4.2.1.6 Declaración de posicionamiento 105
4.2.2 Precio 106
4.2.3 Plaza 107
4.2.4 Promoción 107
4.2.4.1 Material de Promoción 107
4.2.4.2 Medios de promoción digitales 113

4.2.4.3 Medios de promoción tradicionales 113
4.2.4.4 Presencia corporativa y promocional 114
4.2.4.5 Material impreso..... 115
4.2.5 Personal 115

CAPÍTULO V

5 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN 117

CAPÍTULO VI

6 PLAN FINANCIERO E INDICADORES DE GESTIÓN 119

6.1 PRESUPUESTO..... 119
6.2 INDICADORES 121

CAPÍTULO VII

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 122

7.1 CONCLUSIONES..... 122
7.2 RECOMENDACIONES 122

BIBLIOGRAFÍA 124

ANEXOS 126

ANEXO 1: Cuestionario investigación Cualitativa 127
ANEXO 2: Documentos habilitantes para la elaboración de la tesis..... 130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Plan maestro de construcción 1
Figura 2. Propuesta Yachay como Ciudad del Conocimiento 2
Figura 3. Conceptos de la Ciudad del Conocimiento Yachay 3
Figura 4. Ciudad Patrimonial 4
Figura 5. Campus Patrimonial Universidad Yachay Tech Hacienda San José..... 5
Figura 6. Casa Chalet 5
Figura 7. Biblioteca de la Universidad Yachay Tech – Antiguo Ingenio 6
Figura 8. Viviendas de estudiantes restauradas – antiguas casas de los Zafreros de la Hacienda San José..... 7
Figura 9. Estación Hoja Blanca..... 8
Figura 10. Yachay Ciudad Cultural 9
Figura 11. Yachay Ciudad Eco amigable 10
Figura 12. Ciclo Ruta del Conocimiento 11
Figura 13. Jardín Botánico 12
Figura 14. Configuración espacial de la Ciudad..... 13
Figura 15. Proceso de Investigación de Mercados 23
Figura 16. Mix de marketing 25
Figura 17. Niveles del producto 26
Figura 18. Decisiones sobre la marca 27
Figura 19. Factores que afectan los precios..... 28
Figura 20. Canales de distribución 28
Figura 21. Proceso de comunicación..... 29
Figura 22. Niveles del mercado 31
Figura 23. Posición del Turismo en la Economía del Ecuador 36
Figura 24. Semana Santa en Ibarra 40
Figura 25. Tasa de ocupación, tarifa e ingreso promedio (1era. Categoría)..... 45
Figura 26. Tasa de ocupación, tarifa promedio e ingreso promedio (2da. Categoría) 46
Figura 27. Perfil de turistas de países emisores..... 48
Figura 28. Perfil del turista interno - Ecuador 49

Figura 29. Tarifa y ocupación Ibarra (Primera categoría) 51
Figura 30. Tarifa y ocupación Ibarra (Segunda categoría) 51
Figura 31. Histórico demanda Yachay 53
Figura 32. Género 61
Figura 33. Lugar de procedencia nacional y extranjero 63
Figura 34. Rango de edad del visitante 64
Figura 35. Nivel de educación del visitante 65
Figura 36. Ocupación Económica del visitante 66
Figura 37. Motivo de visita a Yachay 67
Figura 38. Medio utilizado para visitar Yachay 68
Figura 39. Medio se informó sobre la posibilidad de visitar el Yachay 69
Figura 40. Nivel de satisfacción por los servicios turísticos brindados 70
Figura 41. Tamaño de Mercado 71
Figura 42. Información Centro de Investigación UTN 75
Figura 43. Centros de Investigación Escuela Politécnica Nacional 76
Figura 44. Características similares: centros de investigación 77
Figura 45. Sesión grupal turistas Yachay 79
Figura 46. Recorrido y sesión grupal turistas Yachay 79
Figura 47. Sesión grupal funcionarios Yachay E.P. 80
Figura 48. Sesión grupal funcionarios Yachay E.P. 80
Figura 49. Wordle - Yachay 81
Figura 50. Fotos más representativas Yachay 83
Figura 51. Fotos menos representativas Yachay 84
Figura 52. Logos Yachay Ciudad Científica 85
Figura 53. Logos Yachay Ciudad Visionaria 85
Figura 54. Logos Yachay Ciudad Ecológica 86
Figura 55. Logos Yachay Ciudad Tecnológica 86
Figura 56. Logos Yachay Ciudad Universitaria Patrimonial 86
Figura 57. Datos Facebook y Twitter Yachay E.P. y Yachay E.P. 90
Figura 58. Logotipo 102
Figura 59. Psicología Cromática 103
Figura 60. Submarca campaña de turismo Yachay E.P. 104

Figura 61. Yachay Ciudad Ecológica 107
Figura 62. Yachay Car Sharing 108
Figura 63. Yachay Ciudad Verde 108
Figura 64. Yachay Ciudad Aventura 109
Figura 65. Yachay Ciudad Cultural 109
Figura 66. Yachay Ciudad Patrimonial 110
Figura 67. Yachay Estación Hoja Blanca 110
Figura 68. Catálogo Turístico 111
Figura 69. Propuesta de Estructura página web 112
Figura 70. Propuesta Sitio Web Yachay Turismo 112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Métodos de recolección de datos primarios 21
Tabla 2. Fases para el desarrollo y evaluación de marca..... 25
Tabla 3. Objetivos de publicidad..... 30
Tabla 4. Variables de segmentación de mercados..... 32
Tabla 5. Festividades Imbabura..... 41
Tabla 6. Alojamiento Imbabura por Cantón..... 42
Tabla 7. Entradas internacionales 2014 - 2016..... 47
Tabla 8. Concentración de Demanda por Provincia..... 50
Tabla 9. Visitas Yachay..... 52
Tabla 10. Análisis FODA 54
Tabla 11. Género 61
Tabla 12. Lugar de procedencia del visitante..... 62
Tabla 13. Rango de edad se encuentra el visitante..... 64
Tabla 14. Nivel de educación del visitante..... 65
Tabla 15. Ocupación Económica del visitante 66
Tabla 16. Motivo de visita a Yachay..... 67
Tabla 17. Medio utilizado para visitar Yachay..... 68
Tabla 18. Medio por el que se informó sobre la posibilidad de visitar Yachay 69
Tabla 19. Nivel de Satisfacción por los servicios turísticos brindados 70
Tabla 20. Tamaño de Mercado 71
Tabla 21. Segmentación de Mercado Yachay 72
Tabla 22. Publicaciones prensa escrita Yachay..... 90
Tabla 23. Líneas de producto y productos..... 92
Tabla 24. Líneas de producto y productos propuestos 93
Tabla 25. Personal Turístico..... 115
Tabla 26. Necesidades personal turístico 115
Tabla 27. Cronograma de Implementación de acuerdo a presupuesto 117
Tabla 28. Cronograma de Implementación de actividades..... 118
Tabla 29. Proforma presupuestaria desarrollo turístico 2017..... 120
Tabla 30. Indicadores 121

SÍNTESIS

Yachay es un proyecto planteado por el Gobierno de Rafael Correa, para la construcción de una ciudad del conocimiento, ubicada en el cantón Urcuquí - Imbabura, donde se integran actividades entre sus actores: Gobierno, Academia, Empresa Privada y Comunidad y se genera nuevos productos y servicios, basados en la investigación, ciencia, innovación y tecnología; con el objetivo de cambiar la matriz productiva del país y pasar de una economía primaria exportadora de materia prima, a una economía desarrollada exportadora de bienes y servicios de alto valor agregado, para esto se planteó la creación de una universidad de investigación, que será la base de este cambio, a la misma se la denominó Yachay Tech, Universidad de Investigación de Tecnología Experimental.

El mes de marzo del año 2014 se inauguró la universidad Yachay Tech, dando paso al cumplimiento del primer hito de la empresa Yachay E.P., encargada de la gestión y administración de la ciudad. Desde esta fecha la promoción mediática, especialmente de parte del Gobierno Nacional, se enfocó en la difusión de Yachay como una entidad académica y no como una ciudad integral, dando lugar al posicionamiento actual como una universidad.

Yachay es una Ciudad que integra varias zonas de desarrollo como la industrial, académica, tecnológica, etc., y entre las actividades que ofrece, se encuentra el turismo, el cual representa un eje de desarrollo y promoción que invita a la población a conocer el proyecto y todos sus componentes. La oferta se basa en dar a conocer su historia a través de su preservación patrimonial, su entorno natural, su crecimiento en infraestructura, su cultura y comunidad, y los proyectos actuales de la ciudad.

Existe un desconocimiento general de esta actividad, por lo que en este trabajo se plantea una investigación para determinar un plan de comunicación y promoción turística de la Ciudad del Conocimiento, con el fin de identificar el perfil del turista, las líneas de producto, la imagen, posicionamiento y medios por los cuales se debe promocionar la propuesta turística de Yachay.

ABSTRACT

Yachay is a project proposed by the Government of President Rafael Correa, in order to build a city of Knowledge, located in Urcuquí province of Imbabura, where the main idea is to integrate activities among its actors: Government, Academy, Private Companies, and the Community and where new processes, products and services are created based in investigation, science, innovation and technology to change the productive matrix of Ecuador, moving from a primary export economy to a developed export economy with high value added products and services. The creation of a high level education university was the first necessary step to achieve this goal and for this reason Yachay Tech, the University of Investigation and Experimental Technology was created.

On March 2014 Yachay Tech was inaugurated, accomplishing the first goal of Yachay E.P., a public Company that is in charge of the management of the city. From this date, the media promotion especially from the Government was intense, focusing on communicating Yachay as an Academic Institution only and not as a city and there is when the current positioning of Yachay as a university nationwide is created.

Yachay is a city that integrates several zones of development, within its offer there is Tourism, which represents an important area that invites the population to visit and get to know the project and all its components. The offer is based on its historic value and patrimonial preservation, its natural environment, infrastructure and projects development, its culture and community.

There is a lack of knowledge of this offer and this plan is developed to do a research and determine a communication strategy for the tourism area of the city in order to identify the tourist profile, product lines, image, positioning and channels of communication for Yachay.

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

Yachay es la primera ciudad planificada del país, y a su vez un proyecto emblemático, creada para el desarrollo del conocimiento a través de la investigación, ciencia y tecnología.

La Ciudad del Conocimiento cuenta con un Plan Maestro, elaborado por la firma Coreana IFEZ (Incheon Free Economic Zone), que define los lineamientos para la construcción, brindando comodidad, armonía con la naturaleza, y espacios para la generación de conocimiento, planteando estrategias futuras para el desarrollo.

Figura 1. Plan maestro de construcción

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Yachay, integra en su propuesta varios ejes de desarrollo, dentro de un ecosistema de innovación, que busca promover el emprendimiento y los negocios intensivos en conocimiento, basados en talento humano altamente calificado, infraestructura y tecnología de punta, en combinación con buenas prácticas medio ambientales, dentro del marco de una ciudad inteligente.

La propuesta de Yachay es ser una ciudad:

- **Del Conocimiento:** Sistema de Educación Integral

  Ser una ciudad que cuente con un sistema que considera la educación en todas las etapas del desarrollo de una persona, incluyendo los procesos teóricos y metodológicos necesarios para alcanzar altos estándares de calidad y excelencia, a través de la siguiente estructura:

Figura 2. Propuesta Yachay como Ciudad del Conocimiento

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

- **Inteligente:** Tecnología ubicua para facilitar los negocios y el buen vivir**.**

  A través de un sistema conectado, en base a una estructura de tecnologías de la información. La infraestructura de la ciudad, es construida considerando los aspectos de vida urbana como: vivienda, educación, salud, administración pública, entre otros.

- **Humana**: sin barreras étnicas ni sociales.

  Una ciudad centrada en el ser humano, un lugar donde la gente podrá coexistir de una manera armónica, y prosperar independientemente de la nacionalidad. Yachay es una ciudad donde se encontrará oportunidades y valores.

Además integra los conceptos de ciudad:

Figura 3. Conceptos de la Ciudad del Conocimiento Yachay

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Dentro de esta propuesta integral, Yachay se proyecta como una atracción turística, que invita a la población ecuatoriana y del mundo a visitarla, para experimentar su crecimiento y consolidación, donde las ideas, creatividad, conocimiento e innovación, son los componentes principales para desarrollar un entono de investigación, inversión y emprendimiento, en armonía con la naturaleza y la población.

Los turistas podrán evidenciar una ciudad diseñada para pensar, en donde se genera una interacción e intercambio de conocimiento entre los diferentes actores que la integran, como son: el Sector Privado, Gobierno, Academia y Comunidad.

En general, Yachay constituye una vitrina de atracción, para que la población local e internacional, sea testigo de la cristalización de este proyecto a medida que avanza la consolidación de la ciudad.

Dentro de la oferta turística actual de la ciudad, Yachay cuenta con los siguientes atractivos:

1.1.1 Ciudad Patrimonial

Figura 4. Ciudad Patrimonial

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Por el importante y profundo valor histórico y testimonial de la época de emancipación española y de la vida republicana del Ecuador, las haciendas en donde se asientan las instalaciones de la Universidad Yachay Tech, muestran la arquitectura colonial y republicana: a este sector de la Ciudad del Conocimiento, se lo ha denominado “Ciudad Patrimonial”. Los turistas pueden visitar las siguientes instalaciones dentro de la zona patrimonial:

1.1.1.1 Hacienda San José

Figura 5. Campus Patrimonial Universidad Yachay Tech Hacienda San José

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

El Campus de la Universidad de Investigación de Tecnología Experimental, Yachay Tech, funciona en las instalaciones restauradas de la Hacienda San José. Esta hacienda forma parte del patrimonio arqueológico del cantón Urcuquí. Siendo una de las más importantes de la zona por su alto valor histórico para el Ecuador, se puede admirar su infraestructura, que data de mediados del siglo XVII (1671).

1.1.1.2 Casa Chalet

Figura 6. Casa Chalet

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

El primer presidente del Ecuador, Juan José Flores, visitó y se hospedó en la casa Chalet de la Hacienda San José. Actualmente funciona como una residencia protocolaria. Esta fue la casa principal de la Hacienda, su arquitectura y diseño data de la época republicana y para entonces era la construcción de mayor lujo y confort. Al visitarla podrá apreciar las características de la construcción señorial de la época.

1.1.1.3 Biblioteca de la Universidad Yachay Tech - Antiguo Ingenio

Figura 7. Biblioteca de la Universidad Yachay Tech – Antiguo Ingenio

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Desde 1916, el primer ingenio azucarero de la provincia perteneció a la Hacienda San José. Fue un importante generador de fuentes de trabajo para los habitantes de la zona y representó un eje dinamizador de la economía del sector. Hoy, permanece guardando en uno de sus pasillos, un legado de lo que fue una de las más modernas tecnologías industriales de aquellas épocas. Aquí se produjeron grandes cantidades de panela y aguardiente. Hoy por hoy, alberga a la Biblioteca de la Universidad Yachay Tech, y los visitantes podrán observar la maquinaria y fotografías que muestran el antes y después de la hacienda, evidenciando la restauración que se ha realizado para habilitar las instalaciones de la Universidad y la Ciudad.

1.1.1.4 Casas de los Zafreros - Viviendas Estudiantiles

Figura 8. Viviendas de estudiantes restauradas – antiguas casas de los Zafreros de la Hacienda San José

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Siendo el Ingenio San José el eje dinamizador de la economía del sector, se construyeron 33 casas para los zafreros, quienes eran los empleados que cortaban la caña. Actualmente estas casas han sido restauradas, y son la residencia de los estudiantes de la Universidad Yachay Tech, cuentan con todos los espacios y mobiliario necesario para que un estudiante pueda desempeñar su vida de estudiante con todo lo requerido. Rodean una plaza restaurada, y una antigua cancha de fútbol de los trabajadores.

1.1.1.5 El Rosario - Viviendas de los Profesores

Los capataces, quiénes cuidaban y vigilaban el trabajo de los zafreros del ingenio, tenían asignadas unas casas de vivienda de mejor diseño que las casas de los zafreros. Estas 14 casas están ubicadas muy cerca de las otras, en el sector denominado El Rosario. Estas estructuras fueron designadas para los profesores de la Universidad Yachay Tech.

1.1.1.6 Estación Hoja Blanca

Figura 9. Estación Hoja Blanca

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

La Estación Hoja Blanca está ubicada en el cantón Urcuquí. El objetivo de la rehabilitación de este espacio, es generar una interacción con la Ciudad del Conocimiento, se encuentra dentro del polígono de influencia del proyecto Yachay. Esta estación, es una parada de paso de la ruta "Tren de la Libertad", que sale desde Otavalo o Ibarra y llega a la parroquia de Salinas, y se convierte en una alternativa de transporte o viaje para turistas nacionales y extranjeros. Aquí los visitantes son recibidos por una guía de Yachay, quién les cuenta los aspectos más importantes de la Ciudad.

1.1.2 Ciudad Cultural

Figura 10. Yachay Ciudad Cultural

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

La Ciudad del Conocimiento tiene la responsabilidad de establecer una convivencia solidaria en igualdad de oportunidades de todos sus ciudadanos, asegurando y garantizando servicios básicos para todos. Ordenada en base al crecimiento planificado, fomentando un ambiente acogedor de los habitantes y turistas. Adaptable al cambio tecnológico, económico, cultural y social y convertirse en un referente en el Ecuador y la Región en el ámbito de la educación, la ciencia y la tecnología, en permanente articulación con el desarrollo integral de la comunidad. Por lo antes expuesto, se ha creado el Centro Artístico-Cultural "La Voladora" en la Ciudad del Conocimiento Yachay. Este centro, tiene la finalidad de integrar y potenciar el arte y la cultura en la vida de la población de la Ciudad del Conocimiento y las zonas de Influencia, con la finalidad de ofrecer una educación no formal que complemente y refuerce las actividades académicas.

1.1.3 Desarrollo Eco amigable

Figura 11. Yachay Ciudad Eco amigable

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

La Ciudad del Conocimiento está diseñada siguiendo los principios ecológicos, y alineada al plan medio ambiental que rige el Ministerio de Medio Ambiente, cuenta con una licencia medio ambiental que le permite establecer políticas para que todos los actores instalados en la Ciudad diseñen sus actividades y operaciones en base a la misma.

Esta idea del desarrollo de una eco ciudad o ciudad verde, surge como una nueva aproximación al desarrollo sustentable, amigable con el medio ambiente, usando adecuadamente la tierra y reduciendo las causas que contribuyan al calentamiento global.

Dentro de los atractivos turísticos alineados a una ciudad eco amigable, Yachay ofrece:

Figura 12. Ciclo Ruta del Conocimiento

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Para los visitantes de la Ciudad del Conocimiento, la Ciclo Ruta del Conocimiento, es un circuito de 18 kilómetros señalizados, para realizar un recorrido auto guiado y señalizado en bicicleta.

Durante el recorrido se pueden observar:

- Mirador de la Hacienda San Eloy
- Estación de Ferrocarril Hoja Blanca
- Hacienda San Vicente
- Comunidad Tapiapamba

1.1.4 Jardín Botánico

Figura 13. Jardín Botánico

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

El objetivo de este punto turístico, es ofrecer a la ciudadanía una muestra representativa de la flora ecuatoriana, a fin de promover su preservación y divulgación. Se proyecta como un centro de conservación que pretende convertirse en un referente para el cuidado y manejo de la flora de nuestro territorio. El Jardín Botánico dispone de tres senderos:

- Sendero De Las Bromelias — magenta. Con una extensión aproximada de 783 metros.
- Sendero De Las Cabuyas — verde. Con una extensión aproximada de 1112 metros.
- Sendero De Los Espinos — café. Con una extensión aproximada de 1660 metros.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Yachay Ciudad del Conocimiento tiene un posicionamiento actual que corresponde únicamente a una Universidad (YachayTech), esto se ha generado debido a que dentro del plan maestro propuesto y elaborado para la ciudad por la firma coreana IFEZ, la primera etapa de construcción es la Zona 1, correspondiente al sector del Conocimiento, que incluye la Universidad y que es el corazón de la ciudad. La inauguración de esta institución educativa en el mes de marzo del 2014, constituye el primer hito alcanzado de la ciudad, por este motivo, se le dio un gran énfasis promocional y comunicacional, dejando de lado el concepto de ciudad integral, que cuenta con diversos sectores para que su población tenga acceso a todas las facilidades de infraestructura, tecnología, entretenimiento, negocios y los ecosistemas necesarios que requiere una ciudad inteligente.

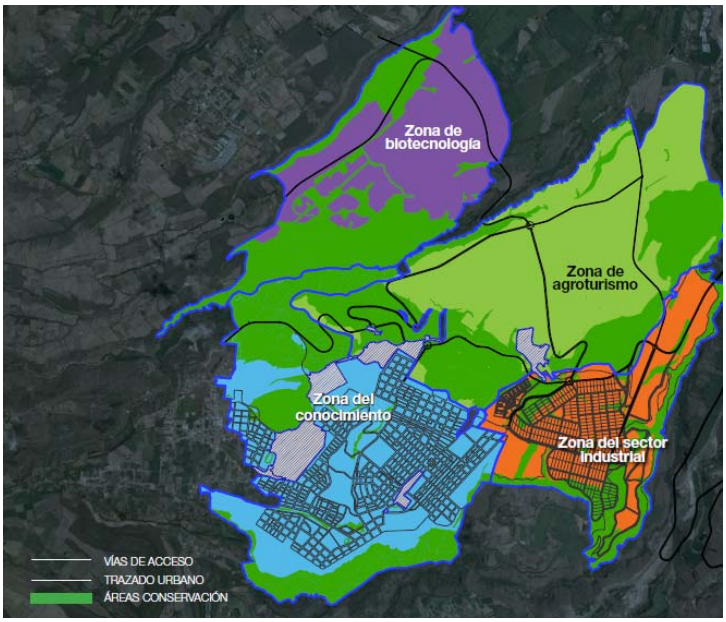


Figura 14. Configuración espacial de la Ciudad

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Dentro de la oferta actual de Yachay Ciudad del Conocimiento, existen recorridos y actividades turísticas de tipo ecológico, aventura, cultural, patrimonial, educativo, de

inversión, etc., que invitan a la población nacional e internacional a conocer el proyecto y la construcción de la ciudad.

Las consecuencias de esta problemática, es decir, la falta de conocimiento derivan en cuestionamientos de la población respecto al nivel de inversión que se ejecuta en la ciudad denominando a la universidad como un elefante blanco, generando además una crítica con tinte político por ser un proyecto ícono del gobierno. De forma adicional es un problema para la atracción de inversiones ya que no existe el conocimiento amplio de todas las actividades que se pueden desarrollar en la ciudad, además existe el Instituto Superior Tecnológico, que queda relegado como institución educativa debido a que sólo se piensa que existe una universidad.

Uno de los retos actuales de Yachay es posicionar el área turística, de tal forma que permita dar a conocer a la ciudad y sus atractivos, con el fin de generar un incremento en el flujo de visitas, además identificar las actividades potenciales para atraer inversión en el desarrollo de proyectos en la ciudad y generar flujos económicos e incremento comercial. Para esto se ha identificado la necesidad de construir una identidad de marca para el área turística, y definir los medios de difusión que permitirán una comunicación efectiva, dirigida a los segmentos de la población que se identifiquen como potenciales, para que los visitantes puedan vivir la construcción y el crecimiento de una ciudad basada en la tecnología, investigación, negocios e innovación, y de esta forma además dar a conocer a Yachay como un destino y atractivo turístico de la provincia de Imbabura y del Ecuador.

Actualmente no se ha construido una estrategia de marketing para posicionar y comunicar una marca turística de la Ciudad del Conocimiento que llegue a los diferentes segmentos y mercados definidos según el alcance y capacidad actual de la ciudad.

1.3 FORMULACIÓN

Al no existir un plan estructurado de posicionamiento y comunicación del turismo en la ciudad, no se cuenta con el conocimiento necesario para el desarrollo de una marca y generar una identidad de este sector, así como la necesidad de elaborar una investigación para identificar la situación turística actual del país, la provincia de Imbabura y Yachay, que permita definir los segmentos de mercado y los canales de comunicación efectivos a utilizarse.

Debido a esto no se han dado a conocer las actividades turísticas, más que, por el boca a boca de las personas que han llegado de visita. Existe poco conocimiento de la población en general respecto a Yachay como una ciudad integral que ofrece actividades de turismo para que los visitantes puedan experimentar su construcción, crecimiento, propósito y avance en el tiempo.

Ante estos precedentes, cabe la formulación del cuestionamiento al problema:

¿Cómo desarrollar un posicionamiento efectivo y difundirlo a través de los medios adecuados para que llegue a los segmentos identificados de acuerdo al estudio de mercado?

1.4 SISTEMATIZACIÓN

Para plantear la sistematización del problema se tomarán en cuenta las siguientes variables:

1.4.1 Variables

- Análisis de la situación actual (oferta y demanda) del turismo en Ecuador, en la provincia de Imbabura y en Yachay.
- Identificación de los segmentos de mercado nacional e internacional para visitar la ciudad y para invertir en el área turística de Yachay.

- Definición de los productos y líneas de producto.
- Construcción de marca: posicionamiento, logo, slogan.
- Plan y medios de comunicación.
- Indicadores para medir la gestión del plan propuesto.

De acuerdo a estas variables se plantean las siguientes preguntas para la desagregación del problema:

- ¿Cuál es el estatus actual de la oferta y la demanda turística en el Ecuador, en la provincia de Imbabura y Yachay (Análisis de Mercado)?
- De acuerdo a los resultados del análisis de mercado ¿Cuáles son los segmentos identificados a los que se dirigirá la estrategia para posicionar Yachay como destino turístico?
- ¿Cuáles son los productos y líneas de productos que se van a plantear en el desarrollo del portafolio para el visitante?
- ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta para la construcción y posicionamiento de marca (concepto, logo, slogan), del área turística en Yachay?
- ¿Qué medios de comunicación, actividades y material promocional debo utilizar para llegar a mi público objetivo de manera efectiva?
- ¿Cuáles son los indicadores de gestión que permitirán medir los resultados de la aplicación de la estrategia?

1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.5.1 Objetivo General

Diseñar la estrategia de marketing y comunicación para dar a conocer y posicionar a Yachay Ciudad del Conocimiento, como destino turístico a los segmentos de mercado definidos en este estudio.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Determinar la situación actual del turismo en Ecuador, en la provincia de Imbabura y Yachay.
- Identificar los segmentos de mercado a los cuales irá dirigida la estrategia.
- Especificar el portafolio de productos y líneas de productos turísticos de acuerdo a la oferta actual de la ciudad.
- Definir el logo, marca y mensaje, para construir la identidad del área turística de la ciudad.
- Definir los medios de comunicación que permitirán una difusión efectiva del mensaje según los segmentos de mercado identificados.
- Establecer los indicadores de gestión que permitirán medir la estrategia sugerida en este plan.

1.6 HIPÓTESIS DEL PROYECTO

A través de un estudio cualitativo se validará las siguientes hipótesis del estudio:

- Conocimiento parcial del proyecto Yachay Ciudad del Conocimiento y su oferta turística.
- Yachay está posicionada como una Universidad y no como una ciudad.

Para dar solución a la problemática que generan estas hipótesis se desarrollará:

- Una estrategia de marketing que promueva la Ciudad del Conocimiento a través del turismo que incluya una propuesta de atracción de inversión en esta área.

1.7 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Justificación Teórica

La estrategia de comunicación inicial que realizó la Empresa Pública Yachay se enfocó en la promoción del primer hito alcanzado que fue la Universidad Yachay Tech, generando el posicionamiento de que Yachay es una Universidad solamente, mientras que en realidad es una ciudad integral que contará con sistemas integrados de educación, viviendas para su población, centros de comercio, parque científico tecnológico, parque industrial, áreas verdes, jardín botánico, actividades turísticas, etc.

Si bien es cierto, la Universidad es uno de los componentes principales de la ciudad, no es el único elemento que funcionará en la ciudad, por lo que es necesario replantear o reposicionar a Yachay como una Ciudad y potenciar este posicionamiento, a través de la gestión turística.

1.7.2 Justificación Metodológica

La propuesta de investigación del presente plan de marketing pretende determinar una nueva estrategia de comunicación y posicionamiento de las actividades turísticas de Yachay, misma que no existe actualmente, con el fin de potenciar las visitas a la ciudad y posicionar a esta como destino turístico del país, para que los visitantes tengan la oportunidad de evidenciar el proyecto Yachay, una ciudad en constante evolución, con un enfoque en investigación, tecnología, educación, desarrollo, productividad, negocios, emprendimiento, cultura e innovación.

La estrategia de posicionamiento y comunicación que se defina en este plan, contemplará:

- El planteamiento de objetivos, alineados a los objetivos de Yachay Empresa Pública.

- Análisis de mercado turístico (oferta y demanda) del Ecuador, de la provincia de Imbabura y Yachay.

- Análisis de la situación turística actual de Yachay: actividades, indicadores estadísticos de visitas y perfil de turistas.

- Análisis FODA.

- La definición de un portafolio de productos alineados a conceptos de la ciudad.

- Un plan de difusión diferenciada para los segmentos de mercado identificados en este estudio.

- Indicadores para medir la gestión.

1.7.3 Justificación práctica

La elaboración de un plan de marketing dirigido al desarrollo de marca, posicionamiento y comunicación del área turística de Yachay Ciudad del Conocimiento, permitirá dar solución al problema que existe respecto al desconocimiento de la población de Yachay, tanto como ciudad del conocimiento así como un destino que ofrece actividades turísticas.

Actualmente existen recorridos turísticos, los cuales no cuentan con una organización o estructura temática que permita definir líneas de producto para un portafolio que oferte y describa a los mismos, mediante este plan se definirán las temáticas de acuerdo al concepto de cada atracción y un portafolio de productos que plantee las actividades con su descripción para la promoción, difusión y posicionamiento del concepto turístico de la Ciudad del Conocimiento, además que no se han identificado actividades potenciales para dar mayor impulso al área turística de la ciudad.

Uno de los puntos fundamentales a definir a través de la investigación propuesta, son los segmentos de mercado a los que se dirigirá la estrategia de marketing y comunicación

para difundir el mensaje y posicionar la marca turística Yachay, este proceso se construirá a través de un análisis de mercado, que permita desarrollar una estrategia de segmentación basada en los objetivos de la Empresa Pública Yachay y una investigación en fuentes secundarias, para conocer las características geográficas, demográficas y psicográficas del turista y visitante potencial, y de las empresas que promuevan o implementen actividades.

Al identificar los grupos objetivo, se contará con la información necesaria para definir el mensaje, los medios y actividades de comunicación adecuados, que permitan una difusión efectiva según el target, este plan además plantea la construcción de la marca, imagen, logo y slogan, herramientas de diseño y comunicación, que transmitan el mensaje turístico y den a conocer a la ciudad como destino para visitar en el Ecuador.

1.8 MARCO TEÓRICO

1.8.1 Investigación y análisis de mercado

La investigación de mercados busca apoyar la toma de decisiones de marketing, delimitado por la naturaleza de las decisiones, el tiempo, y los requerimientos de información, vinculando a las empresas con el ambiente, con el fin de entender el entorno que les rodea, identificar problemas y oportunidades, que les permita desarrollar y evaluar acciones de marketing (Aaker & Day, 2007, págs. 3 - 4)

La definición de la investigación tiene tres componentes, definidos por el objetivo de investigación que identifica la información requerida, los elementos que comprenden el desarrollo como respuesta a las alternativas de la investigación, y el alcance que establece los límites de la investigación (Aaker & Day, 2007, p. 30).

La investigación tiene una variedad de métodos de recolección de información, puede agruparse de acuerdo a las fuentes de datos en:

- **Datos Primarios**.- información recolectada directamente de los actores específicos (Aaker & Day, 2007, p. 57).

Tabla 1. Métodos de recolección de datos primarios

Investigación Cualitativa
a) Opinión experta
b) Entrevistas a profundidad
c) Entrevistas de sesiones de grupo
Cuestionarios
a) Entrevistas por correo
b) Entrevistas por teléfono
c) Entrevista personal
Investigación Experimental
a) Experimento de laboratorio
b) Experimento de cambio

Fuente: (Aaker & Day, 2007, p. 57)

- **Datos Secundarios**.- información que se encuentra disponible, incluyen los sistemas de información de la compañía y los bancos de datos externos. Los datos secundarios son datos que están disponibles fácilmente, las principales fuentes son los gobiernos, periódicos y revistas, las cuatro categorías principales son (Aaker & Day, 2007, pp. 88 - 91):

  - Autoridades
  - Índices y guías generales
  - Recopilaciones
  - Directorios

Los métodos cualitativos incluyen técnicas proyectivas, son las observaciones del comportamiento como método exploratorio, contando con tres categorías: Exploratoria, Orientación y Clínica (Aaker & Day, 2007, p. 135).

La encuesta es la principal elección para la recolección de datos primarios y puede incluir (Aaker & Day, 2007, pp. 135-169):

- Profundidad y alcance
- Actitudes, intereses y opiniones
- Comportamiento
- Variables de clasificación

La elaboración del cuestionario no debe ser ni mayor ni menor que lo necesario para satisfacer los objetivos impuestos por la elección del método de recolección de datos, que se forman de los siguientes pasos (Aaker & Day, 2007, pp. 169 - 181):

- Planear
- Formular preguntas.
- Decidir el orden de las preguntas.
- Usar una muestra.
- Corregir lo problemas

Las actitudes son estados mentales utilizados para estructurar la forma como perciben el ambiente, para lo cual se debe tomar en cuenta: el componente cognoscitivo, componente de gusto, y el componente de intensiones (conductual) (Aaker & Day, 2007, pp. 169-181):

- Componente cognoscitivo, representa la información acerca de un objeto, incluye el conocimiento, las creencias, y los juicios.

- Componentes afectivos o de gusto, resume los sentimientos de una persona para con un objeto, situación o persona.

- Componente de acción (conductual), se refiere a las expectativas en relación con el comportamiento futuro.

Los enfoques de investigación pueden ser (Aaker & Day, 2007, p. 222):

- **Explorativa,** cuando se buscan indicios acerca de un problema, alternativas de decisiones y variables relevantes.

- **Descriptiva,** Proporcionar una fotografía de algún aspecto del mercado.

- **Causal,** Cuando es necesario demostrar que una variable causa los valores de otras.

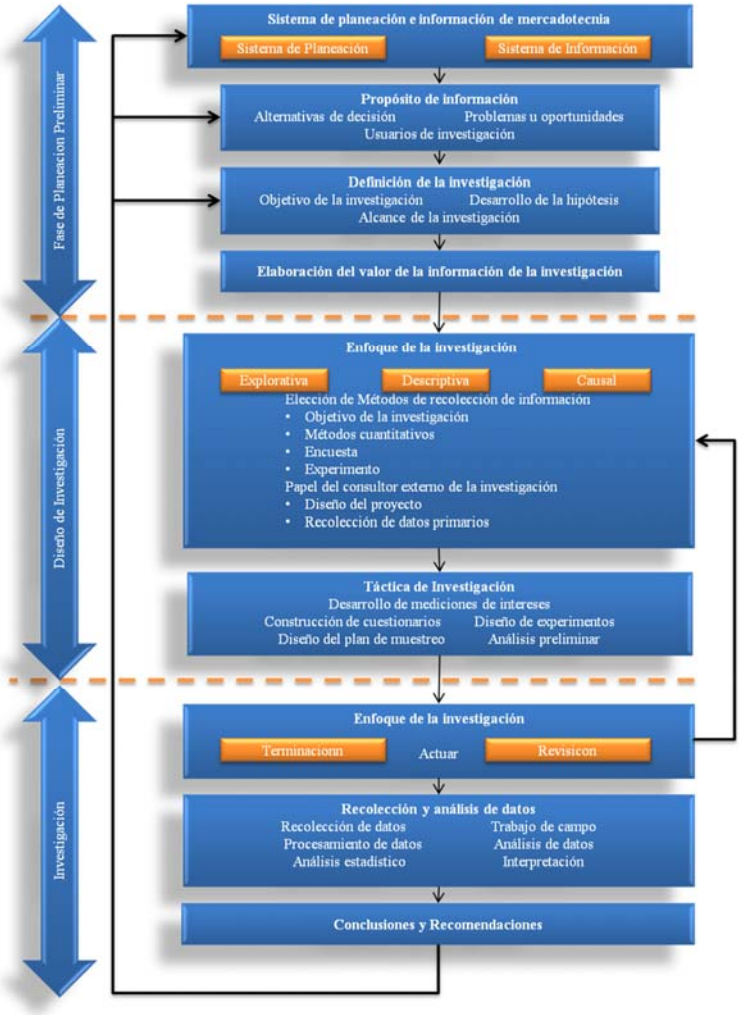


Figura 15. Proceso de Investigación de Mercados

Fuente: (Aaker & Day, 2007, p. 50)

El Tamaño de la muestra debe estar en relación a la representatividad dentro de la población que se utiliza para sacar conclusiones, para lo cual se aplica la siguiente formula (Aaker & Day, 2007, p. 184):

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)e^2+Z^2pq}$$

Donde:

N es el tamaño de la población

n es el tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza

e = error muestral

p = probabilidad de ocurrencia

q = 1- p

Dentro de la propuesta de investigación cualitativa para el desarrollo y posicionamiento de marca del área turística de Yachay planteado en esta investigación, el plan tomará como referencia la metodología del estudio de marca y posicionamiento de "Bluffton heart of the Iowcountry", realizado por Rawle Murdy, Centro SmartState de Excelencia Económica en Turismo y en Desarrollo Económico, de la Universidad de Carolina del Sur y la Universidad Beaufort de Carolina del Sur, debido a que de acuerdo a una investigación previa de varias metodologías, se determinó que se alinea a los objetivos de este plan, ya que Bluffton carecía de una identidad de marca y un plan efectivo de comunicación, además que obtuvo resultados que incluyen el incremento de búsquedas y tráfico en la web y aumento en las cifras de la actividad turística (número de visitas y consumo por actividad turística).

Tabla 2. Fases para el desarrollo y evaluación de marca

Fases		Evaluación
Fase 1.	Benchmark para establecer los valores principales	Auditoria de marketing para Bluffton Entrevistas Monitoreo de redes sociales Reporte provisional
Fase 2.	Desarrollo de posicionamiento de marca	Desarrollo de posicionamiento / aprobación Desarrollo de encuesta cuantitativa / implementación Análisis de datos / desarrollo de reporte Presentación pública de resultados
Fase 3.	Desarrollo de recomendaciones para el mensaje creativo de marketing	Desarrollo y aprobación de la línea temática del logo Desarrollo y aprobación de las recomendaciones de marketing Análisis de datos / desarrollo de reporte Revisión interna Desarrollo y aprobación de guía de marca Sesión final para las partes involucradas

Fuente: (Hilton Head Island-Bluffton Chamber of Commerce's, 2013)

1.8.2 Mix de Marketing

El mix de marketing es una serie de instrumentos tácticos para obtener una respuesta del mercado, consta de todo lo que pueda hacer la empresa para influir en la demanda, se resume en cuatro variables "Cuatro P", producto, precio, posición y promoción. (Keller & Kotler, 2012)

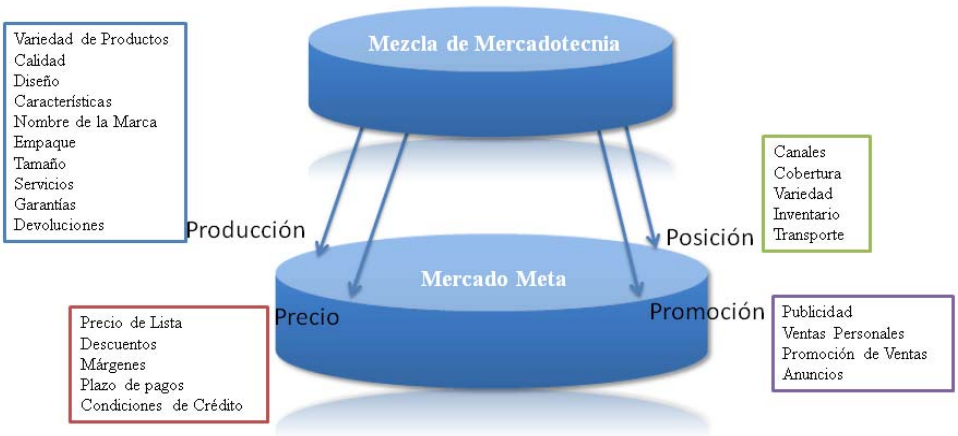


Figura 16. Mix de marketing

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 56)

1.8.2.1 Producto

Producto es todo aquello que se ofrece para su adquisición, uso o consumo y puede satisfacer una necesidad o un deseo (Keller & Kotler, 2012, p. 326).

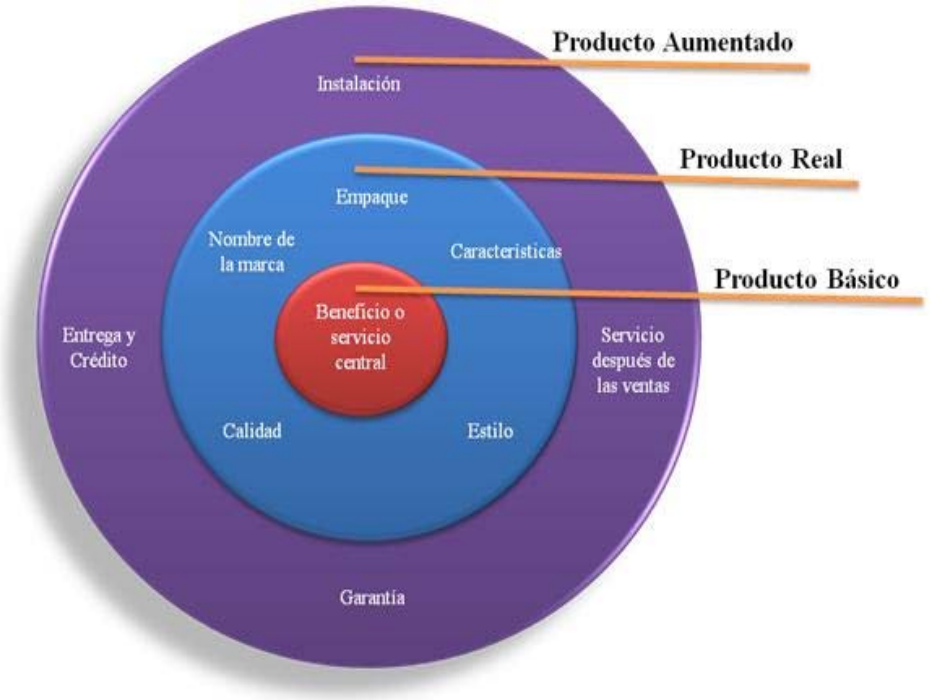


Figura 17. Niveles del producto

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 326)

Los atributos de un producto se analizan a través de las características de la innovación (Keller & Kotler, 2012, p. 430):

- Ventaja relativa
- Compatibilidad
- Complejidad
- Experimentabilidad
- Observabilidad

Una marca es un nombre, término, signo, o diseño, o una combinación de ellos, que pretende identificar los productos y puede ofrecer grados de significado:

- Atributos
- Beneficios
- Valores
- Personalidad (p. 335-336)

Figura 18. Decisiones sobre la marca

Fuente: (Armstrong & Kotler, 2012, p. 340)

1.8.2.2 Precio

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es el único elemento que produce ingresos, las decisiones en cuanto a la fijación de precios están sujetas a los objetivos de marketing, la estrategia de la mezcla, los costos, la demanda, la competencia y otros elementos del entorno (Keller & Kotler, 2012, pp. 410-411).

Figura 19. Factores que afectan los precios

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 411)

1.8.2.3 Plaza

Los productos recurren a intermediarios para llevar sus productos al mercado, a través de un canal de distribución, mediante procesos para lograr que el consumidor o el usuario pueda usar o consumir un producto (Keller & Kotler, 2012, p. 471).

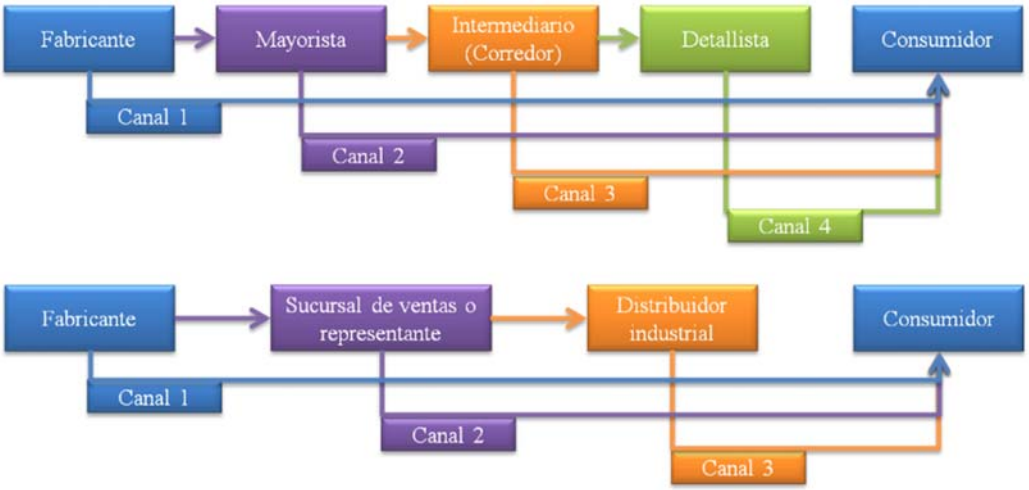


Figura 20. Canales de distribución

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 474)

La comercialización directa se recurre para interactuar de manera directa con los consumidores y requiere que el consumidor responda de manera directa, las formas principales son (Armstrong & Kotler, 2012, pp. 521 - 528):

- Comercialización directa por correo
- Comercialización por catálogo

- Ventas por teléfono
- Comercialización por televisión
- Compras electrónicas
- Comercialización directa integrada
- Ventas puerta a puerta
- Ventas automáticas

1.8.3 Mix Promocional

El programa entero de comunicación está compuesto por una mezcla de instrumentos para la publicidad, las ventas personales, las promociones de ventas y las relaciones públicas creando imagen corporativa y manejando o desviando los rumores, los cuentos y los hechos desfavorables (Keller & Kotler, 2012, p. 553).

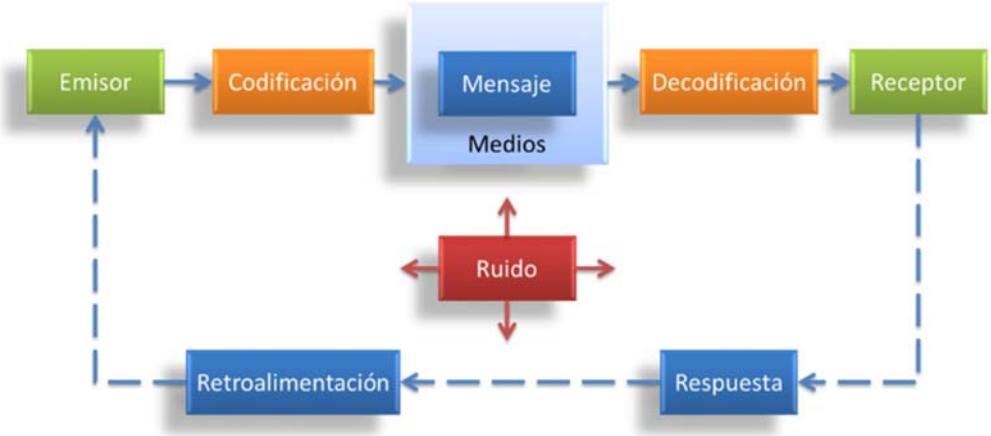


Figura 21. Proceso de comunicación

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 555)

Tabla 3. Objetivos de publicidad

INFORMAR	
• Comunicar al mercado el producto nuevo • Sugerir usos nuevos de un producto • Informar al mercado un cambio de precio • Explicar cómo funciona el producto	• Describir los servicios disponibles • Corregir falsas impresiones • Disminuir los temores de los compradores • Crear la imagen de la empresa
PERSUADIR	
• Crear preferencia de marca • Fomentar que se cambie a la marca • Cambiar la forma en que los compradores perciben los atributos del producto	• Convencer a los compradores de que compren ya • Convencer a los compradores de que acepten una visita de ventas
RECORDAR	
• Recordar a los compradores que pueden necesitar el producto en un futuro próximo • Recordar a los compradores donde comprar el producto	• Hacer que los compradores tengan el producto en mente durante las temporadas bajas • Mantener la conciencia del producto en primer lugar en la mente

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 584)

1.8.3.1 Segmentación de Mercado

La segmentación es el proceso de dividir un mercado heterogéneo en partes, para que sea viable, el mercado deberá:

- Ser identificable y medible
- Accesibilidad
- Ser importante
- Que tenga una respuesta

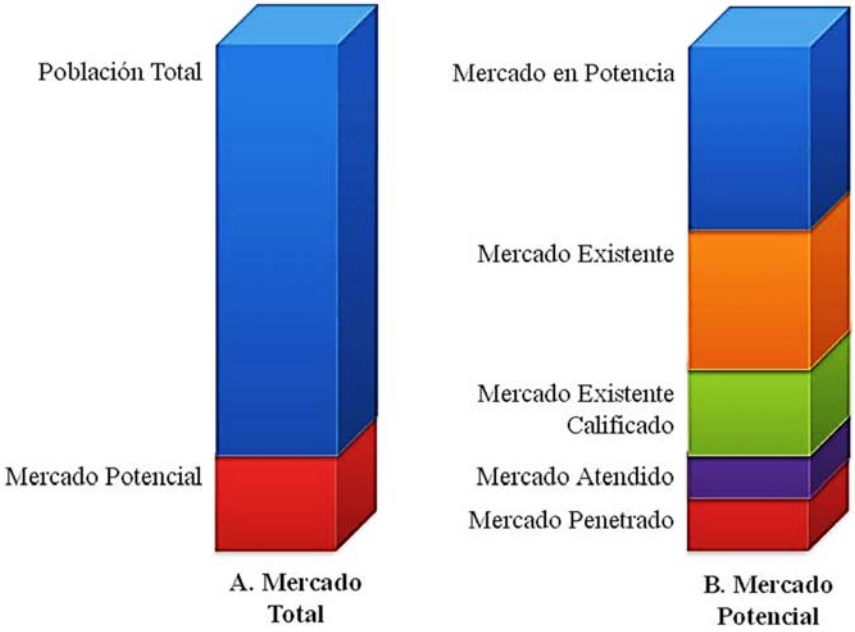


Figura 22. Niveles del mercado

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 259)

Las principales variables para segmentar los mercados son:

Tabla 4. Variables de segmentación de mercados

VARIABLE	DESCOMPOSICIÓN TÍPICA
Geográfica	
Región	Pacifico, montaña, centro, norte, etc.
Tamaño de región	A, B, C, menos de 5.000, etc.
Densidad	Urbana, rural, suburbana.
Clima	Norte, sur, cálido, húmedo
Demográfica	
Edad	Menos de 18, 18 – 25, etc.
Sexo	Masculino, femenino
Tamaño Familiar	1 – 2, 3 – 4, 5 - +
Ciclo de vida de la familia	Solteros, casado, con hijos, etc.
Ingresos	Menos de 1.000, 1.000 – 2.000
Ocupación	Profesional, Servidor Público, Empleado Privado, etc.
Educación	Primaria, Educación media, superiores, etc.
Religión	Católico, protestante, etc.
Raza	Blanca, negra, asiática, hispana, etc.
Nacionalidad	Ecuatoriano, latinoamericana, extranjero, etc.
Psicográfica	
Clase social	Baja, media, alta, etc.
Estilo de vida	Triunfador, creyentes, luchadores
Personalidad	Compulsiva, gregaria, autoritaria, ambiciosa
Conductuales	
Ocasión de compra	Normales, especiales, etc.
Beneficios pretendidos	Calidad, precio, servicio, etc.
Grado de usuario	No usuario, usuario, etc.
Tasa de uso	Poco, mediano, mucho, etc.
Grado de lealtad	Ninguna, mediana, mucha, absoluta.
Grado de conocimiento	Desconocimiento, conocimiento, etc.
Actitud ante el producto	Entusiasta, positiva, indiferente, negativa, hostil.

Fuente: (Keller & Kotler, 2012, p. 286)

1.8.4 Marco Legal

1.8.4.1 Justificación

El Plan Nacional del Buen Vivir señala en sus Objetivos:

- **Objetivo 10.-** Impulsar la transformación de la matriz productiva

- **Objetivo 10.3.-** Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.

- **Literal g.-** Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

- **Literal h.-** Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible incluyente.

La Empresa Pública Yachay fue creada mediante Decreto Ejecutivo No. 1457, publicado en el Registro Oficial No. 922 del 28 de marzo del 2013, como una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión, con domicilio en el cantón de Urcuquí, Provincia de Imbabura, y cuyo objeto es el desarrollo de actividades económicas relacionadas a la administración del Proyecto Ciudad del Conocimiento YACHAY.

El plan maestro de Yachay establece en su estrategia de mercadeo, la estrategia de crecimiento a través de inversiones en la industria por categorías, en la cual menciona:
El agro-turismo a través del patrimonio cultural también podría ser una industria a corto plazo que puede ser aprovechado en la Ciudad del Conocimiento Yachay y una industria a largo plazo para el área regional prevista. El agro-turismo por patrimonio cultural en la

Ciudad del Conocimiento Yachay puede atraer a los viajeros a conocer lugares y actividades que representan la cultura y la tradición auténtica del pasado.

1.8.4.2 Aplicación

Una de las actividades que surge como necesidad para dar a conocer el proyecto y sus atractivos en las diferentes áreas de la ciudad es el turismo.

A partir de enero 2015, cuando se realiza el evento Innopolis en Yachay Ciudad del Conocimiento, se identifica la necesidad de estructurar un equipo de trabajo destinado a atender a las visitas que llegan a la ciudad, por lo que se crea el área de turismo dentro de la Dirección de Desarrollo y Reconversión Productiva de la Gerencia de Desarrollo Industrial y Productivo, que actualmente la integran 4 guías de planta cuyo trabajo es exclusivamente recibir a los turistas y realizar un recorrido turístico, sin embargo, no existe un equipo enfocado a la elaboración de una propuesta de marketing integral que permita dar a conocer, a través del turismo, las actividades que se realizan en la ciudad.

Existes varios tipos de turismo que se pueden realizar en la Ciudad del Conocimiento por su amplia extensión geográfica, su oferta de actividades, realización de eventos, su concepto y construcción entre lo que se puede destacar:

- Turismo Académico
- Turismo Ecológico
- Turismo de Aventura
- Turismo Deportivo
- Turismo Cultural
- Turismo de Negocios

Cabe recalcar que estos tipos de turismo dentro de la ciudad tendrán siempre un enfoque hacia la educación y el conocimiento que es el concepto en el que se basa la operación de la ciudad, del cual se derivarán los productos, líneas de producto y portafolio.

Para la elaboración de esta investigación se utilizarán conceptos y herramientas de marketing que sean aplicables al desarrollo de una solución al problema planteado.

1.8.4.3 Área de influencia

El área de influencia de este plan serán las zonas habilitadas para el turismo en Yachay Urcuquí.

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1 INTRODUCCIÓN

El análisis situacional busca establecer elementos de referencia que puedan influir en el normal funcionamiento de la empresa, para lo cual se debe establecer características del ambiente interno y externo, que permitan estimar las Oportunidades y Amenazas que puedan poner en riesgo o que puedan ser aprovechadas por el giro del negocio.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO DEL ECUADOR

Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales, así como la diversificación en la oferta de productos y destinos turísticos que pone a disposición del turista nacional y extranjero. La entrada de extranjeros al Ecuador se ha ido incrementando año a año, ascendiendo en el año 2014 a 1.557.006 turistas extranjeros que visitaron el Ecuador. La ubicación del turismo en las exportaciones no petroleras ocupa el tercer puesto luego del banano y el camarón, con 414,8 millones USD en el 2015 y hasta marzo del 2016 393,3 millones USD. (Ministerio de Turismo, 2016)

Figura 23. Posición del Turismo en la Economía del Ecuador

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL PAÍS, LA PROVINCIA DE IMBABURA Y LA CIUDAD DEL CONOCIMIENTO

El análisis de la oferta permite establecer las características del comportamiento de productos semejantes, mientras que el análisis de la demanda permite establecer el comportamiento que tienen los clientes o consumidores al momento de comprar o adquirir un producto en el mercado.

2.3.1 Análisis de la Oferta Turística del país

Los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo al año 2014 ascienden a 23.455 con el 11,3% de crecimiento respecto al 2013, el número de empleos directos es de 125 mil personas, de los cuales el 53% son hombres. El 62% de empleados están en el área de las comidas y bebidas, el 27% en alojamiento y el 10% en otras actividades turísticas, la capacidad de alojamiento es de 5.189 establecimientos, 98 mil habitaciones y 223 mil plazas. El 54% registra en la categoría Tercera, el 30% en Segunda, y el 13% en Primera. La mayor concentración de plazas se encuentra en las provincias de Pichincha, Guayas, Manabí y Esmeraldas con el 51% (Ministerio de Turismo, 2016).

2.3.2 Análisis de la Oferta Turística de la Provincia de Imbabura

Imbabura es conocida como la Provincia de los Lagos, Ibarra es su capital, tiene muchos puntos de interés como son los volcanes, sus contrastes poblacionales, los diferentes factores demográficos, las artesanías y su cultura, fue poblada en el 2100 a. C. por los Caranquis y los Otavalos en el 150 a. C., en el siglo XVI los españoles llegaron a la región. La población tiene un 54% de mestizos, 32% de blancos, 9% indígenas y 3% negros, con una edad promedio de 37 años, varía en cuanto a costumbres y tradiciones, el idioma hablado es el español y el quichua (GAD Provincial de Imbabura, 2016)

2.3.2.1 Atractivos Turísticos

- Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas
- Lago San Pablo
- Laguna de Yahuarcocha
- Todo el Centro Histórico de Ibarra
- La Villa Española de Ibarra
- La Colonia Portuguesa de Ibarra
- Las dehesas y estepas de Ibarra
- Yuracruz y Los Andes Ibarreños
- La Expometrópoli de Ibarra
- Los Cañaverales de Ibarra
- Montes Secos y Montes de la Dehesa Ibarreña
- Zona Urbana de La Previsora de Ibarra
- Hipódromo y Autódromo internacionales de Yaguarcocha
- Parques de Artes, Religiosos de Ibarra
- Plaza de La Candelaria
- Plaza de La Merced
- Plaza de Santo Domingo
- Plaza de Trenes
- Plaza de Caranqui
- Castillo del Antiguo Cuartel
- La Plaza, el quinto centro comercial más visitado del Ecuador
- Estaciones de Trenes
- Castillos destruidos y Ruinas Hispanas Ibarra y Cantón Urcuquí
- Haciendas coloniales, antiguas y villados portuguesas Ibarra
- El Museo de la Sal y Arte Negro de Salinas
- El Obelisco de Ibarra
- El Tren de La Libertad, Ibarra-Salinas
- San Antonio de Ibarra
- Laguna de Cuicocha
- Lagunas de Mojanda

- Laguna de Puruhanta
- Laguna de Piñan, cerca de Mariano Acosta
- La Cascada de Peguche
- La Feria de Otavalo
- Ruinas Incas de Caranqui - Ibarra
- Expoferia Atuntaqui
- El Valle del Chota
- Balnearios Termales
- La parroquia de Quiroga (Cotacachi).
- Ruta de Los Chapetones (Villa Victoriana de España)-Ibarra
- Ruta de Osos - Andes Ibarreños
- Ruta Histórica del Retorno - Ibarra
- Ruta de Los Campos - Ibarra – Zuleta (GAD Provincial de Imbabura, 2016)

2.3.2.2 Fiestas populares

- Fiestas de Año Viejo, en toda Imbabura
- Fiesta de San Luís, en Otavalo
- Fiesta de San Luís Obispo, en Otavalo
- Fiesta del Patrono Arcángel San Miguel, en Ibarra
- Fiesta del Yamor, en Otavalo
- Fiesta de La Candelaria, en Ibarra
- Fiesta del Santo Cachon, en San Antonio
- Fiestas de la Jora, en Cotacachi
- Fiestas del Inti Raymi, en Cotacachi
- Fiestas de la Virgen María Auxiliadora en Quiroga - Cotacachi
- La Cacería del Zorro (Fiesta Brava), en Ibarra
- Fiestas en honor a la Virgen de La Merced, en Ibarra
- Fiestas del Retorno, en Ibarra
- Fiesta de La Cazuela y de La Rosalía, en Ibarra
- Fiestas de la Independencia, en Ibarra
- Fiestas de la Fundación, en Ibarra

- Fiestas de Las Ferias Bravas en Ibarra y Otavalo
- Carnaval y Feria de La Moda, en Atuntaqui e Ibarra
- Fiestas Teodoristas, en Ibarra
- Día de los Inocentes y de los Santos Reyes, en Ibarra (GAD Provincial de Imbabura, 2016)

Figura 24. Semana Santa en Ibarra

Fuente: (GAD Provincial de Imbabura, 2016)

2.3.2.3 Comidas Típicas

- Las carnes coloradas de Cotacachi
- Las empanadas de morocho de Ibarra
- Las mazorcas asadas con queso de Ibarra
- Los cuyes de Chaltura y Natabuela
- Helados de paila de Ibarra
- La chicha de jora en Cotacachi
- La chicha del Yamor en Otavalo
- La fritada de Atuntaqui
- El mote con chicharrón
- Los choclos con chicharrón de Ibarra
- El arrope de mora y de uvilla, en Ibarra
- Las nogadas y los panecillos de yuca, en Ibarra
- Pan de leche en Caranqui
- El sancocho y los llapingachos de Ibarra (GAD Provincial de Imbabura, 2016)

2.3.2.4 Calendario de Festividades de Imbabura

Tabla 5. Festividades Imbabura

Fecha		Celebración	Lugar
Febrero	3	Fiestas de San Blas	Urcuquí
Febrero	9	Fiesta de Cantonización	Urcuquí
Marzo	2	Festival de la Caña y la artesanía	Atuntaqui
Marzo	10	Fiesta del Ovo	Ambuquí
Marzo	19	Fiesta de San José	Chaltura
Abril	20-28	Fiesta del Retorno	Ibarra
Mayo	1-4	Fiesta de San Luis	Otavalo
Mayo	26	Cantonización	Pimampiro
Junio	12-20	Fiesta del Equinoccio de Verano	Cotacachi
Junio	22	Fiesta de San Juan Evangelista	Urcuquí
Junio	24	Fiesta de San Juan	Otavalo
Junio	20-28	Fiesta del Sol o Inty Raymi	Cotacachi
Junio	25	Cantonización	Ibarra
Julio	6	Cantonización	Cotacachi
Julio	16	Fiesta de la Virgen del Carmen	Urcuquí
Agosto	19	Corazas	San Rafael
Septiembre	2-15	Fiesta de la Virgen del Yamor	Otavalo
Septiembre	6-14	Fiesta de la Jora	Cotacachi
Septiembre	15	Virgen de las Lajas	San Antonio de Ibarra
Septiembre	24-28	Fiesta de los Lagos	Ibarra
Octubre	Todo el mes	Octubre tiempo de cultura	Otavalo
Octubre	31	Fiesta de Pendoneros en honor a San Miguel	San Rafael
Octubre	31	Cantonización	Otavalo

Fuente: (GAD Provincial de Imbabura, 2016)

2.3.2.5 Educación

- Universidad Técnica del Norte
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Universidad Uniandes
- Universidad de Otavalo
- Universidad de Investigación, Ciencia y Tecnología del Ecuador (GAD Provincial de Imbabura, 2016)

2.3.2.6 Alojamiento

Respecto a la oferta de alojamiento en Imbabura, al año 2014 esta provincia cuenta con 235 establecimientos que ponen a disposición 3.946 habitaciones con disponibilidad de 6.080 camas, generando 1.531 empleos.

Tabla 6. Alojamiento Imbabura por Cantón

Cantón	Actividad Turística	Categoría	Número de establecimientos	Total del Empleados	Empleados Hombres	Empleados Mujeres	Habitaciones	Camas	Plazas camas	Mesas	Plazas Mesas
Antonio Ante (Atuntaqui CAB Cantonal	Alojamiento	Primera	3	36	19	26	75	126	159	99	396
		Segunda	8	52	28	24	127	176	267	106	424
		tercera	5	15	8	7	40	44	79	1	4
Total			**16**	**103**	**55**	**57**	**242**	**346**	**505**	**206**	**824**
Ibarra	Alojamiento	Cuarta	1	3	1	2	33	71	104	3	12
		Primera	13	205	134	71	368	679	756	1072	4288
		Segunda	42	269	131	138	721	1055	1663	664	2656
		tercera	43	198	63	135	663	1040	1425	218	872
Total			**99**	**675**	**329**	**346**	**1785**	**2845**	**3948**	**1957**	**7828**
Cotacachi	Alojamiento	Primera	5	78	24	54	99	171	236	254	1016
		Segunda	13	58	25	33	149	324	367	225	900
		tercera	10	31	10	21	106	193	226	66	264
Total			**28**	**167**	**59**	**108**	**354**	**688**	**829**	**545**	**2180**
Otavalo	Alojamiento	Primera	15	229	110	119	285	418	577	418	1672
		Segunda	29	162	68	94	555	829	1295	275	974
		tercera	36	137	57	80	583	799	1138	364	1456
Total			**80**	**528**	**235**	**293**	**1423**	**2046**	**3010**	**1057**	**4102**
Pimampiro	Alojamiento	Primera	1	5	1	4	6	6	12	2	8
		Segunda	1	3	1	2	18	34	40	0	0
Total			**2**	**8**	**2**	**6**	**24**	**40**	**52**	**2**	**8**
San Miguel de Urcuquí	Alojamiento	Primera	1	11	5	6	17	21	34	40	160
		Segunda	3	20	8	12	34	37	58	16	64
		tercera	6	19	7	12	67	57	124	53	212
Total			**10**	**50**	**20**	**30**	**118**	**115**	**216**	**109**	**436**

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

2.3.3 Análisis de la Oferta Turística Yachay

Yachay considera como un eje estratégico de desarrollo al turismo. Actualmente no se cuenta con establecimientos de alojamiento, en cuanto a los servicios de alimentación existen dos locales comerciales bajo contratos de arrendamiento, como son: Menestras del Negro y Sánduches el Español, ambos parte del Grupo KFC, el transporte sale desde Ibarra con dos recorridos diarios y durante fines de semana se incrementan a cuatro diarios, las visitas se realizan a lo largo de la zona patrimonial.

Los principales atractivos turísticos se encuentran concentrados en las instalaciones de la Universidad, considerada como área patrimonial por el valor histórico, que datan de mediados del siglo XVII, entre las que sobresalen están:

- **Hacienda San José**

  Data de mediados del siglo XVII, contaba con varias casas de teja y paja, una capilla, ingenio corriente y galpones para hornos, fue propiedad de Don Manuel Larrea y Jijón, Marqués de San José, quien la cede a José Manuel Jijón y Carrión, esta hacienda se convirtió en una de las propiedades privadas más exitosas de Imbabura.

- **Ingenio San José**

  El Ingenio contó con maquinaria de primera categoría como son las plantas generadoras de energía eléctrica, además de una escuela, una capilla, y viviendas para los trabajadores; constituyéndose en un espacio de procesamiento de caña de azúcar, panela y aguardiente, posterior a lo cual se dedicó a la producción de flores de exportación, incursionando en la cría de ganado vacuno y caballar.

  Los visitantes pueden ingresar a de lunes a domingo desde las 09:00 hasta las 18:00, sin un costo, el circuito empieza en la casa de hacienda recibido por guías, comenzando su recorrido según el mapa de la Ciudad del Conocimiento, con la

posibilidad de admirar las esculturas de madera, la casa chalet, la capilla, el ingenio, la plaza, el polígono de intervención de Yachay, entre otros atractivos, finalizando con la residencia estudiantil y docente, tiene una duración de 45 minutos. Para visitas académicas se recomienda una solicitud por oficio al correo electrónico del área de turismo de la empresa y las visitas en general pueden realizarse directamente.

Además de este atractivo existe la opción de recorrer el jardín botánico con sus senderos que muestran la flora del sector, también los turistas pueden adquirir los productos que ofrece la tienda Yachay Store, que comercializa prendas y accesorios con el logotipo y nombre de la ciudad.

A partir de abril del 2014, Yachay, abrió las puertas a los visitantes con un flujo de turistas creciente, por lo que puso en marcha la Estrategia Emergente de Turismo, la cual contiene convenios con otras universidades de cooperación interinstitucional, con la finalidad aprovechar y posicionar las bondades naturales e históricas, mediante asistencia técnica, rutas turísticas y recorridos para los visitantes.

2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL PAÍS, LA PROVINCIA DE IMBABURA Y LA CIUDAD DEL CONOCIMIENTO

2.4.1 Análisis de la Demanda Turística del País

El turismo en el Ecuador ha sido uno de los sectores de gran dinamismo en la última década. En el período 2002 y 2014, las visitas internacionales registraron un incremento de 682.962 a 1.559.005 personas (tasa de crecimiento acumulada del 7,1%) lo que financieramente ha significado un crecimiento de los ingresos de 449 USD a 1.487 USD millones en el rubro de turismo. (Ministerio de Turismo, 2016)

2.4.1.1 Alojamiento

Durante el año 2015 y hasta junio 2016, en la primera categoría existe una tasa de ocupación que varía desde un 40 a 50 por ciento. Con respecto a la tarifa promedio por habitación va desde los 65 USD hasta los 81 USD y el ingreso promedio por habitación se refleja en un rango de 22 USD a 40 USD.

Estos datos han sido recolectados por el Ministerio de Turismo, a través de un levantamiento de información mensual de los establecimientos registrados en el catastro turístico, realizado a una muestra que incluyen los cantones: Ambato, Atacames, Baños, Cuenca, Guayaquil, Ibarra, Isabela, Latacunga, Loja, Machala, Manta, Otavalo, Puerto López, Quito, Riobamba y San Cristóbal.

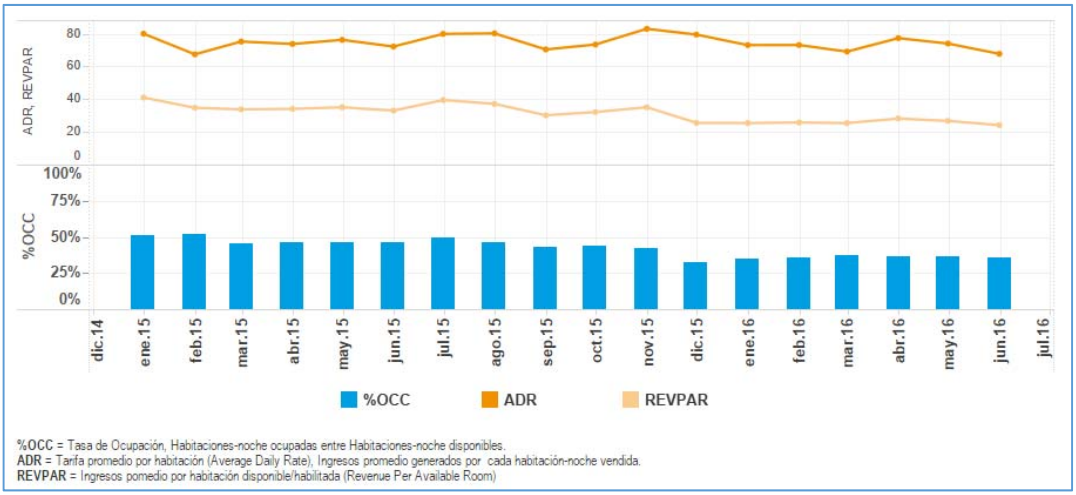


Figura 25. Tasa de ocupación, tarifa e ingreso promedio (1era. Categoría)

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

Con respecto a la segunda categoría, se puede observar durante el año 2015 y hasta junio 2016, que existe una tasa de ocupación que varía desde un 25 a 49 por ciento. La tarifa promedio por habitación va desde los 25 USD hasta los 66 USD y el ingreso promedio por habitación se refleja en un rango de 10 USD a 20 USD.

Estos datos han sido recolectados por el Ministerio de Turismo, a través de un levantamiento de información mensual de los establecimientos de alojamiento registrados en el catastro turístico, realizado a una muestra que incluyen los cantones: Baños, Ibarra, Isabela, Loja, Machala, Otavalo, Riobamba y San Cristóbal, San Miguel de los Bancos, Santa Cruz y Tena.

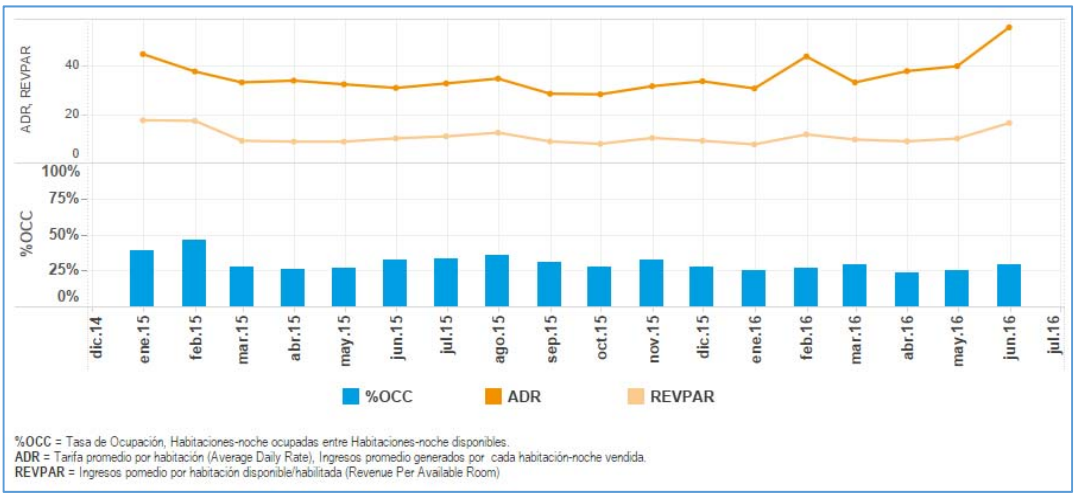


Figura 26. Tasa de ocupación, tarifa promedio e ingreso promedio (2da. Categoría)

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

2.4.1.2 Entradas Internacionales

El registro del número de extranjeros que visitaron el país en el periodo del año 2014 hasta julio 2016 muestra un total de 3’942.793 personas, entre el año 2015 y 2014 existió una variación negativa del 0,89% y en lo que va del año 2016 existe una variación negativa en todos los meses. A pesar de que en el sector del turismo se han incrementado el registro de visitas internacionales desde el año 2002 al 2014, se puede evidenciar que a partir del 2015 existe un ligero decrecimiento, sin embargo siguen siendo las cifras más altas que se han registrado en la última década.

Tabla 7. Entradas internacionales 2014 - 2016

	Llegadas		Variación % 2015-2014	Llegadas		Variación % 2016-2015
Mes	**2014**	**2015**		**2015**	**2016**	
Enero	152573	169388	11,02	169388	145710	-13,98
Febrero	124584	119665	-3,95	119665	118091	-1,32
Marzo	114006	126986	11,39	126986	121410	-4,39
Abril	118614	111337	-6,14	111337	92173	-17,21
Mayo	111174	112270	0,99	112270	96576	-13,98
Junio	129056	131902	2,21	131902	118942	-9,83
Julio	154242	154448	0,13	154448	143764	-6,92
Agosto	131691	129873	-1,38	129873		
Septiembre	112762	109316	-3,06	109316		
Octubre	124454	117403	-5,67	117403		
Noviembre	127560	121579	-4,69	121579		
Diciembre	156275	138924	-11,10	138924		
Total	**1559005**	**1545106**	**-0,89**	**1545106**	**838682**	

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

Ranking de los países emisores que se ubican en los tres primeros puestos con mayor número de llegadas:

1. Colombia
2. Estados Unidos
3. Perú (Ministerio de Turismo, 2016)

El perfil de los turistas que ingresan al Ecuador dentro del ranking de los 3 primeros, indica que la mayoría lo hace por motivo de ocio, el país que más gasta en promedio por viaje es Estados Unidos, y la mayoría de visitas se encuentra en un rango de edad 35 a 64 años.

El ingreso de divisas por concepto de turismo, se registró en 393,3 USD millones al primer trimestre del año 2016, lo que ha generado que el país mantenga un saldo positivo en la balanza turística. Estados Unidos, Francia e Italia, registran un gasto de consumo turística mayor al promedio. (Ministerio de Turismo, 2016)

	País	Ingreso medio USD	Gasto promedio por viaje USD	Motivo de viaje		Edad
				Ocio	Negocios	
1)	Colombia	8628	873	80%	20%	
2)	Estados Unidos	62902	1899	82%	18%	
3)	Perú	7195	635	78%	12%	

Figura 27. Perfil de turistas de países emisores

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

2.4.1.3 Turismo Interior

El turismo interior está integrado por el turismo receptor y el interno, transportando 3.5 millones de pasajeros, teniendo como rutas de mayor demanda Quito–Guayaquil – Cuenca – Coca y Manta con el 70.2% de los turistas, además Galápagos presento el 14.8%, las demás rutas representan el 12.3% del turismo. Entre los destinos que registran una mayor llegada de turistas se encuentran Pichincha, Guayas y Santa Elena.

2.4.1.4 Características del Turismo Interno

Las principales características del turista nacional indican que las familias realizan 2 a 3 viajes al año, con un número de 3 a 4 personas, el 50% lo realiza los fines de semana, el 55% se hospeda de 1 a 3 noches mientras que el 35% más de 3 noches, quedando un 10%

que se hospeda más de 3 noches. El gasto por persona depende de la estadía yendo de 10,30 a 19,80 USD por 0 noches; 16,60 a 29,80 USD por 1 noche; 25 a 42,90 USD por 2 noches; 40 a 69,50 USD por 3 noches y 63,33 a 96,70 USD por más de 3 noches. La mayoría se moviliza en bus y auto propio por visitar a amigos y familiares y por ocio, siendo las provincias más visitadas: Guayas, Manabí, Azuay y Pichincha.

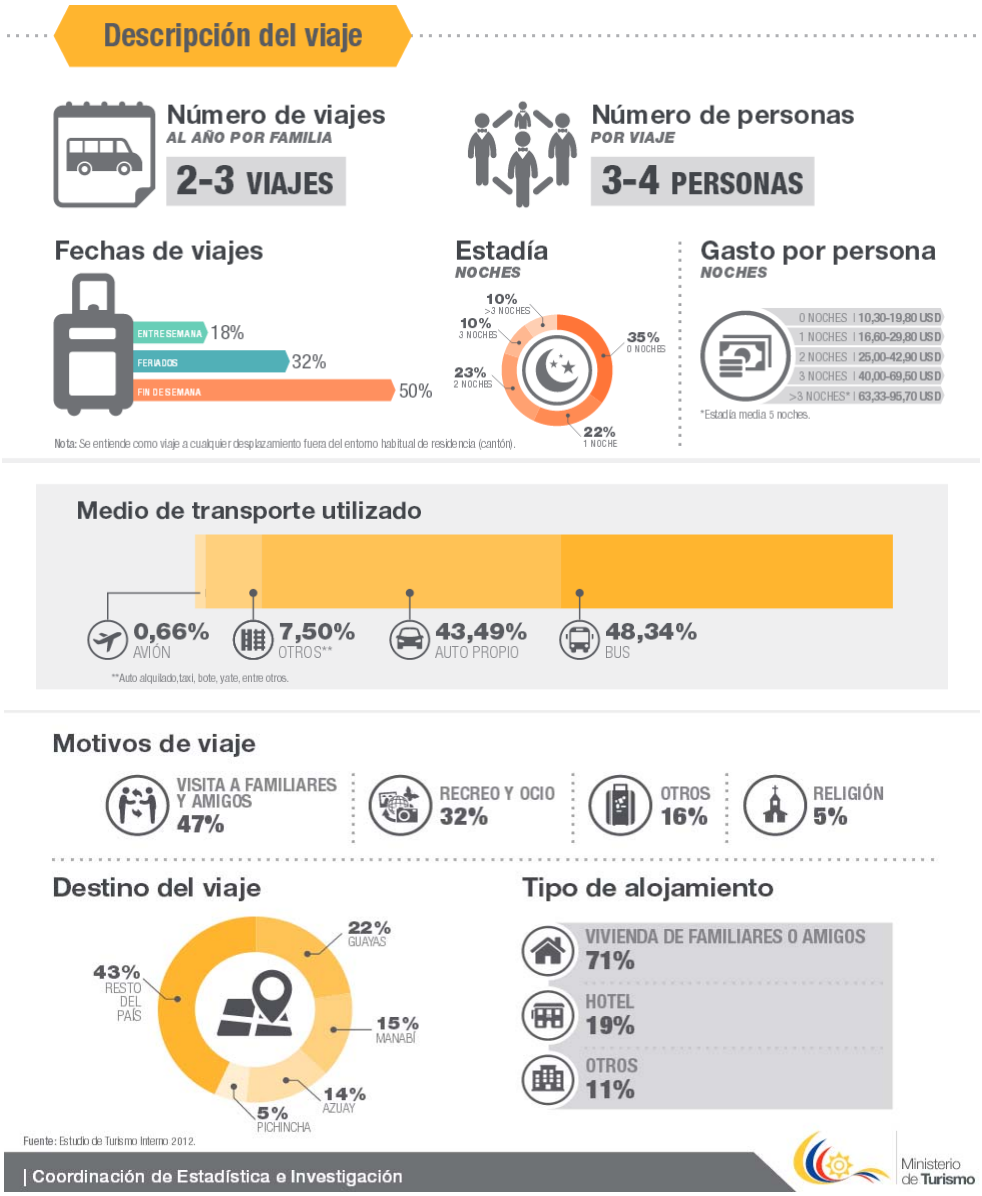


Figura 28. Perfil del turista interno - Ecuador

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2014)

2.4.2 Análisis de la Demanda Turística de la Provincia de Imbabura

De acuerdo al estudio integral de turismo internacional para el periodo septiembre 2012-abril 2013, la concentración de demanda por provincia en el país, tomando en cuenta la pregunta: ¿Qué ciudades/destinos visitó en su estadía en Ecuador? (Tomando en cuenta que un turista a más de un destino durante su viaje), indica los siguientes resultados:

Tabla 8. Concentración de Demanda por Provincia

No.	Provincia	% Concentración de demanda
1	Pichincha	63,38%
2	Guayas	40,38%
3	Santa Elena	20,76%
4	Imbabura	18,38%
5	Manabí	15,54%
6	Tungurahua	14,79%
7	Azuay	13,10%
8	Esmeraldas	12,21%
9	El Oro	10,81%
10	Galápagos	8,76%

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2014)

La provincia de Imbabura cuenta con una concentración de la demanda de 18.38%, ubicándose en un cuarto lugar.

2.4.2.1 Alojamiento

En la gráfica siguiente se puede observar que durante el año 2015 y hasta junio 2016, en la primera categoría existe una tasa de ocupación que varía desde un 25 a 49 por ciento. Con respecto a la tarifa promedio por habitación va desde los 49 USD hasta los 100 USD y el ingreso promedio por habitación se refleja en un rango de 20 USD a 45 USD.

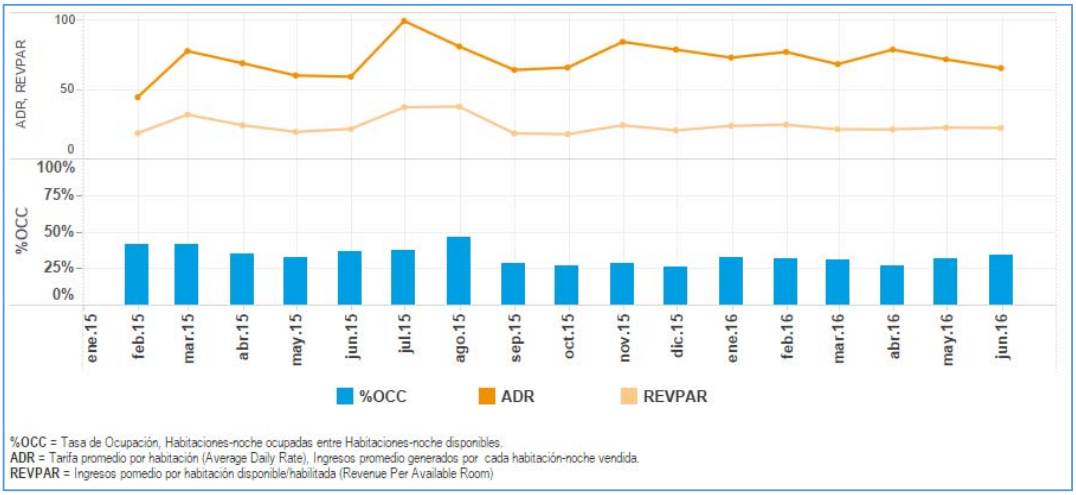


Figura 29. Tarifa y ocupación Ibarra (Primera categoría)

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

Para la segunda categoría se puede observar que durante el año 2015 y hasta junio 2016, existe una tasa de ocupación que varía desde un 24 a 49 porciento. Con respecto a la tarifa promedio por habitación va desde los 49 USD hasta los 60 USD y el ingreso promedio por habitación se refleja en un rango de 9 USD a 19 USD.

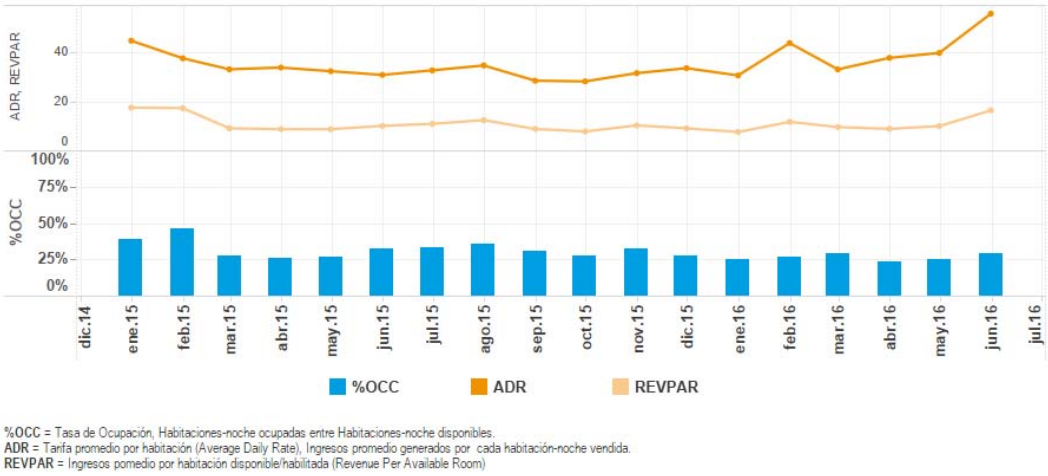


Figura 30. Tarifa y ocupación Ibarra (Segunda categoría)

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

2.4.3 Análisis de la demanda turística de Yachay

La demanda turística en Yachay inicia, desde abril del 2014 a partir de la inauguración de la Universidad Yachay Tech. De acuerdo al registro histórico, mensualmente ingresaron un promedio mensual de:

- Año 2014: 3460 visitas
- Año 2015: 2773 visitas (sin tomar en cuenta el mes de enero ya que se llevó a cabo en evento Innopolis, el cual puede desviar los datos reales de la demanda ya que es una fecha especial que no se la repite de manera regular.

2.4.3.1 Registro histórico visitas Yachay

Tabla 9. Visitas Yachay

	2014	2015	2016
Enero		12774	1490
Febrero		4454	1979
Marzo		2310	1462
Abril	5862	3636	944
Mayo	4003	4142	1779
Junio	3422	2566	
Julio	3812	3239	
Agosto	4735	3804	
Septiembre	1639	1084	
Octubre	2643	1989	
Noviembre	2259	1585	
Diciembre	2765	1688	
Total	31140	43271	7654

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

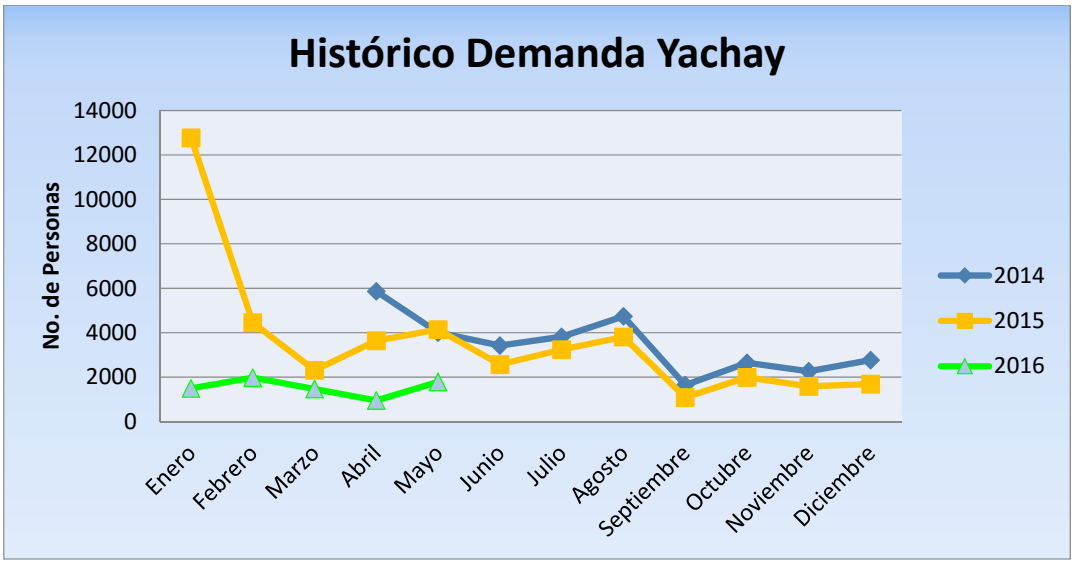


Figura 31. Histórico demanda Yachay

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

El año de mayor afluencia turística fue el 2014, se puede observar también que en el 2016 hasta el mes de mayo, existe una disminución de visitas a la Ciudad del Conocimiento, lo que se vuelve un factor crítico para la creación e implementación de una campaña de comunicación.

En el año 2015 se registra un pico el mes de enero, que corresponde básicamente a la feria Innopolis, evento que se lo realizó una vez en el año y convocó asistentes a nivel nacional e internacional.

2.4.4 Análisis FODA

Tabla 10. Análisis FODA

Fortalezas	***Debilidades***

• *Proyecto ícono del Gobierno Nacional*
• *Propuesta diferenciada: Yachay es la primera ciudad planificada del Ecuador*
• *Guías nativos de la región, conocen el lugar*
  • *Zonas de alto valor histórico y patrimonial, a través de infraestructura, haciendas, actividad arqueológica.*
  • *Clima para propicio para actividades de aventura.*
  • *Paisajes naturales*
  • *Tradiciones y culturas preservadas como opción de turismo comunitario*
  • *Una ciudad en construcción que ofrece constantemente nuevas propuestas de visita a medida que avanza su desarrollo.*
	• *No existe un modelo de gestión turístico para Yachay*
	• *Recursos limitados: personal, presupuesto, infraestructura*
	• *Guías: Conocimiento del Idioma Inglés y constante capacitación*
	• *Falta de difusión respecto a la ciudad y el turismo en Yachay*
	• *Posicionamiento: es una Universidad*
	• *No se conoce el perfil del visitante*
	• *Transporte interno*
	• *Falta de comunicación efectiva*

Oportunidades	*Amenazas*
• *Apoyo del Gobierno, proyecto prioritario* • *Sector Turismo en crecimiento* • *Atracción de inversión para el desarrollo de la ciudad* • *Atraer a personas para visitar, invertir, trabajar* • *Trabajo con comunidades*	• *Presupuesto de la empresa dependiente de la asignación de recursos del Estado* • *Proyecto ligado a la ideología política del actual Gobierno* • *Percepción sesgada de la población por promoción política (negativa).*

CAPÍTULO III

3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

3.1.1 Modelo de Investigación

La metodología usada para este estudio se fundamentó en la recolección de datos primarios que fueron obtenidos mediante un análisis de campo, a través de una encuesta, con cuestionario dirigido a 371 turistas, dato que fue obtenido al aplicar la fórmula de la muestra:

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)e^2+Z^2pq}$$

Donde

N es el tamaño de la población = 10.400 turistas
n es el tamaño de la muestra
Z = nivel de confianza = 95% = 1.96
e = error muestral = 5%
p = probabilidad de ocurrencia = 0.5
q = 1- p = 0.5

$$n = \frac{10.400(1.96^2)(0.5)(0.5)}{(10.400-1)0.05^2+1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{9.988}{26.96}$$

N = 371

El tamaño de la población se estableció tomando en cuenta el número de visitas registradas en el periodo 2015 desde febrero hasta abril, ya que el estudio se lo llevó a cabo en mayo 2015. El mes de enero no fue tomado en cuenta ya que registró un flujo de turistas inusual, debido a la feria Innopolis que se llevó a cabo en Yachay, este dato podía desvirtuar la veracidad de los datos.

Las etapas fueron:

- Revisión bibliográfica
- Cálculo de la población y muestra
- Elaboración del cuestionario para la encuesta
- Aplicación de la encuesta
- Análisis de la información

La técnica utilizada fue el cuestionario, mismo que está estructurado en tres partes:

- Datos informativos
- Motivaciones del viaje
- Satisfacción del turista

Las preguntas fueron de selección múltiple con la finalidad de facilitar la forma de completar la encuesta y recopilar datos informativos; motivaciones para visitar la Ciudad del Conocimiento, y satisfacción del turista.

El sitio donde se aplicó fue en el ingreso a las instalaciones de la Ciudad del Conocimiento, posteriormente se tabuló la información y efectuó su análisis, mismo que fundamentó los resultados obtenidos en el trabajo.

3.1.2 Objetivos de la Investigación

3.1.2.1 Objetivos General de la Investigación

Determinar el comportamiento de la oferta y la demanda del turismo en la Ciudad del Conocimiento Yachay.

3.1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación

- Definir los datos informativos generales de los visitantes de Yachay
- Establecer las motivaciones del viaje a Yachay
- Evaluar el nivel de satisfacción del visitante de Yachay

3.1.3 Metodología de la Investigación

3.1.3.1 Métodos

a) Teóricos: El método teórico se utilizará en esta investigación, como complemento para realizar un análisis de la información disponible respecto a las características del sector turístico del Ecuador y las premisas planteadas previo estudio de las entidades competentes como el Ministerio de Turismo.

b) Empíricos: La metodología de investigación que se tomará en cuenta primordialmente para llevar a cabo el presente estudio, será el método experimental, a través de la observación de los hechos y reacciones de los segmentos seleccionados para el desarrollo de las sesiones grupales (investigación cualitativa) en el momento de proponer la marca y el posicionamiento para el sector turístico en Yachay.

3.1.4 Tipo de Estudio

A través de este trabajo de investigación se podrán definir los primeros resultados respecto a atributos y percepciones del sector turístico de la Ciudad del Conocimiento, esto se realizará mediante una investigación exploratoria del mercado turístico del Ecuador y los intereses de los turistas, apoyada en los datos de visitas con los que cuenta actualmente el área de turismo de Yachay.

3.1.5 Tipo de Fuentes

Para el desarrollo del plan de investigación se utilizarán fuentes primarias y secundarias.

Primarias: a través de información directa que se obtenga respecto al área turística de Yachay, (visitante) y otros actores involucrados como funcionarios públicos de áreas claves de la ciudad.

Para alcanzar los objetivos del plan, las fuentes primarias de información a utilizarse serán:

- Entrevistas con expertos en turismo (empresa)
- Estudio de campo a través de encuestas

Secundarias: la información que se haya recolectado de manera previa referente al sector turismo y que provenga de fuentes oficiales constituirá una base para el análisis y elaboración del estudio propuesto.

- Información publicada en sitios web oficiales
- Registros de Yachay E.P.
- Leyes, reglamentos y códigos vigentes que involucren temas inherentes al desarrollo del proyecto.

3.1.6 Diseño de la Encuesta

- Datos informativos

1. Género

Masculino	
Femenino	

2. ¿Cuál es lugar de origen?

Imbabura		Colombia	
Pichincha		Perú	
Carchi		Estados Unidos	
Guayas		Venezuela	
Cotopaxi		Otros países	
Otras provincias			

Estas opciones de respuesta se definieron en la entrevista con los guías turísticos quienes de acuerdo a su experiencia y conocimiento del área aportaron para el diseño de esta investigación.

3. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Entre 12 y 18 años		Entre 40 y 49 años	
Entre 19 y 29 años		Entre 50 y 65 años	
Entre 30 y 39 años		Más de 65 años	

De igual forma, los rangos de edad fueron definidos en conjunto con el personal de turismo de la empresa de acuerdo a su observación en los recorridos turísticos.

4. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria		Universitaria (Tercer Nivel)	
Secundaria		Universitaria (Cuarto nivel-maestría)	
Carrera Técnica		Universitaria (Cuarto nivel-PhD)	

5. ¿Cuál es su ocupación?

Funcionario público		Trabajador independiente	
Estudiante		Ama de casa	
Empleado privado		Jubilado	

- Motivaciones del viaje

6. ¿Cuál es el motivo por el cuál visitó Yachay?

Conocer la infraestructura académica y científica de la ciudad		Participar en el proceso académico y científico	
Conocer la obra del gobierno		Visitar a familiares y amigos (docentes, estudiantes)	
Admirar el Patrimonio cultural de Yachay.			

Opciones elaboradas en conjunto con el área turística de Yachay E.P.

7. ¿Qué medio utilizó para visitar Yachay?

Particular	
Agencia de Viajes	

8. ¿Por qué medio se informó sobre la posibilidad de visitar Yachay?

Televisión		Radio	
Internet		Referencias personales	
Prensa		Agencias de viajes	
Socialización y difusión del gobierno			

- Satisfacción del turista

9. Califique de 1 a 10 los servicios brindados en general de Yachay, siendo 10 el nivel de mayor satisfacción alcanzado y 1 el de mayor insatisfacción.

3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.2.1 Mercado Turístico Actual en Yachay

3.2.1.1 Datos informativos

Género

Tabla 11. Género

Género		
	Frecuencia	**Porcentaje**
Femenino	208	56%
Masculino	163	44%
Total	**371**	**100%**

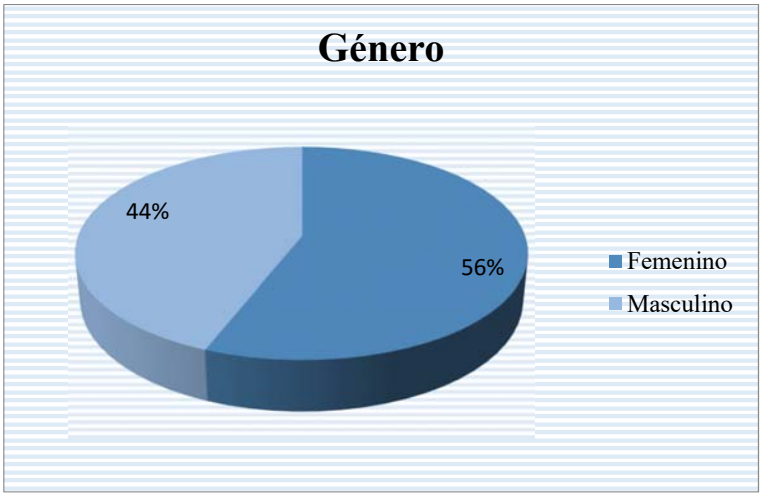


Figura 32. Género

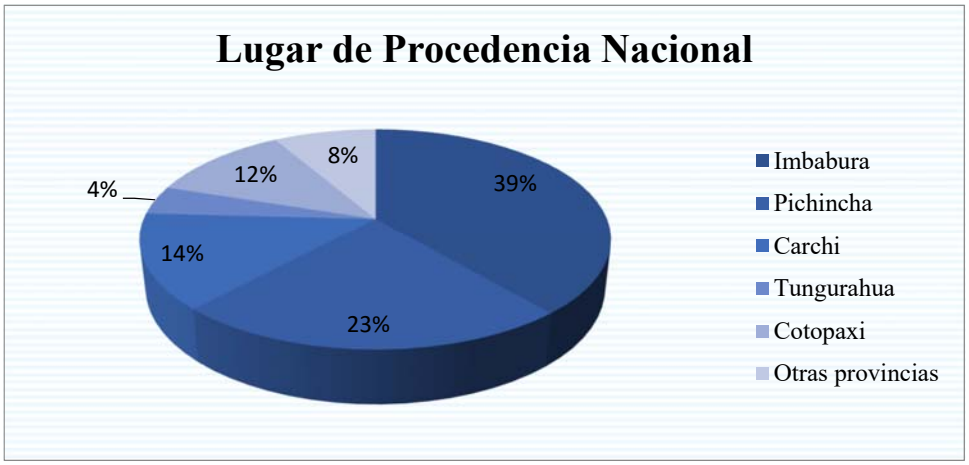
Lugar de procedencia del visitante

Tabla 12. Lugar de procedencia del visitante

Nacional		
	Frecuencia	**Porcentaje**
Imbabura	111	39%
Pichincha	66	23%
Carchi	40	14%
Guayas	12	4%
Cotopaxi	33	12%
Otras provincias	24	8%
Total	**286**	**77%**

Internacional		
	Frecuencia	**Porcentaje**
Colombia	16	19%
Perú	20	24%
Estados Unidos	14	16%
Venezuela	17	20%
Otros países	18	21%
Total	**85**	**23%**

Total Encuestas	**371**	**100%**



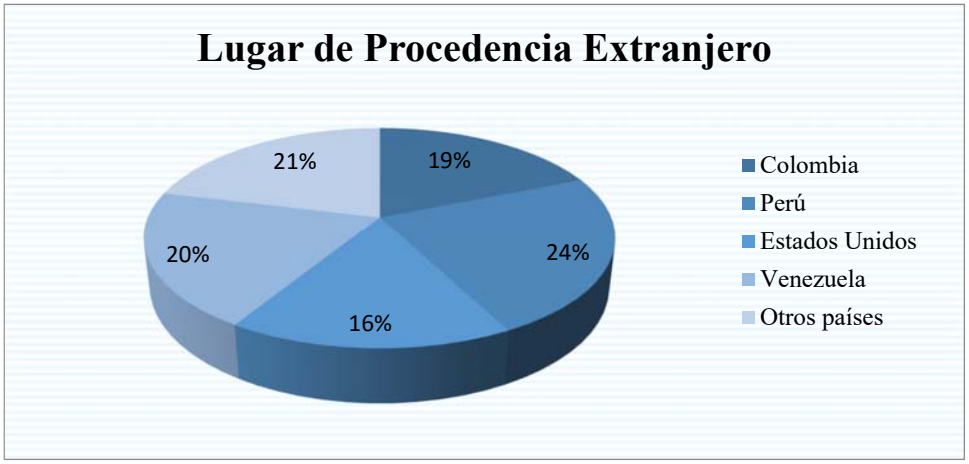


Figura 33. Lugar de procedencia nacional y extranjero

El flujo de visitantes que recibe Yachay está compuesto por nacionales (77%) y extranjeros (23%), posicionándose principalmente en el mercado nacional de las provincias de Imbabura (39%) y Pichincha (23%) como consecuencia principalmente del lugar de localización, a nivel internacional el posicionamiento se da en los mercados de Perú (24%) y Venezuela (20%) estableciendo un importante interés en los países vecinos de la región.

Rango de edad se encuentra el visitante

Tabla 13. Rango de edad se encuentra el visitante

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 12 y 18 años	28	8%
Entre 19 y 29 años	94	25%
Entre 30 y 39 años	96	26%
Entre 40 y 49 años	70	19%
Entre 50 y 65 años	56	15%
Más de 65 años	27	7%
Total	**371**	**100%**

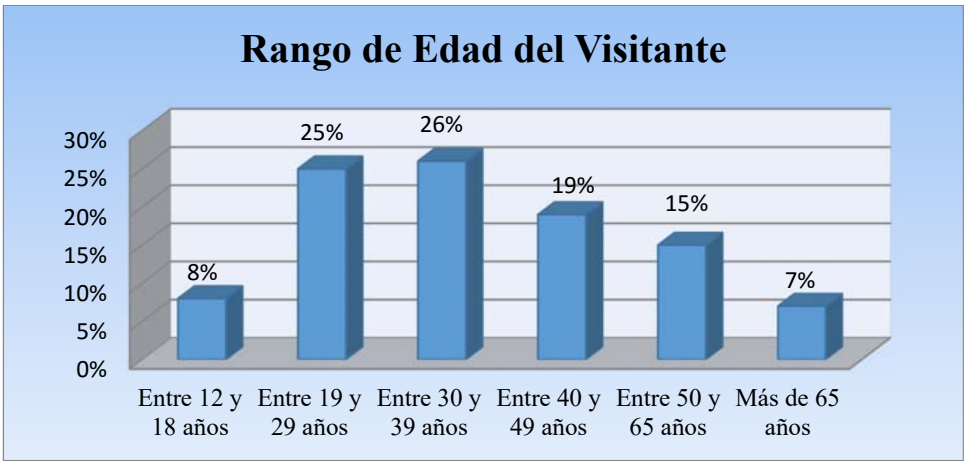


Figura 34. Rango de edad del visitante

Se puede indicar, que los rangos de edades en que mayormente se encuentran los visitantes de Yachay, se ubica entre los 19 y 39 años de edad (51%), dando como consecuencia la importancia que dan a las personas que se encuentran en los rangos de edad de 19 a 29 años, mismos que se encuentran postulando a procesos educativos superiores, además de personas mayores que en parte son familiares que acompañan a los chicos o que buscan una referencia sobre procesos de desarrollo académico y económico. Además, se puede observar que los grupos de menor interés en visitar las instalaciones las personas adultas de más de 65 años.

Nivel de educación del visitante

Tabla 14. Nivel de educación del visitante

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	29	8%
Secundaria	113	30%
Carrera Técnica	26	7%
Universitaria (Tercer Nivel)	151	41%
Universitaria (Cuarto nivel-maestría)	45	12%
Universitaria (Cuarto nivel-PhD)	7	2%
Total	**371**	**100%**

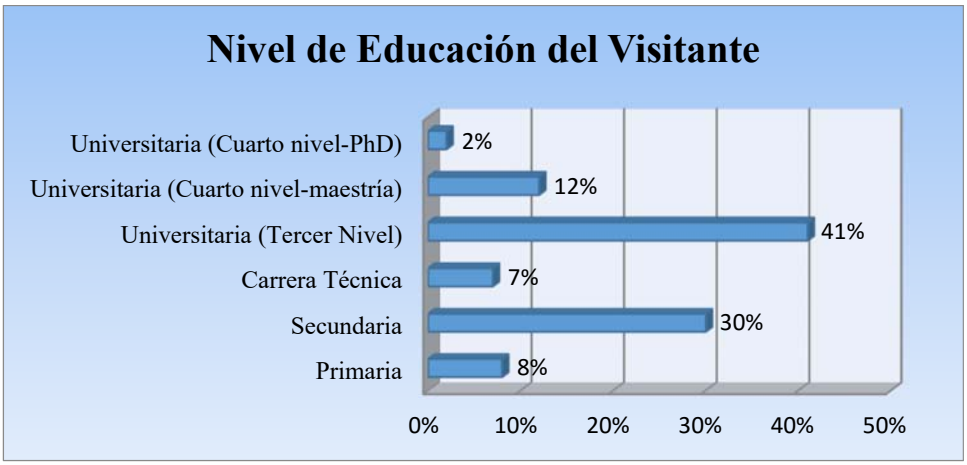


Figura 35. Nivel de educación del visitante

Con respecto al nivel de educación que manejan los visitantes, se puede establecer que los grupos de mayor interés se encuentran con nivel Universitario de Tercer Nivel (41%) y Secundario (30%) quienes buscan satisfacer sus necesidades académicos, además se puede observar que grupos de niveles primarios y Universitarios de Cuarto Nivel presentan menor interés en visitar las instalaciones, datos que se encuentran estrechamente relacionados con los rangos de edades de los visitantes.

Ocupación Económica del visitante

Tabla 15. Ocupación Económica del visitante

	Frecuencia	Porcentaje
Funcionario público	114	31%
Estudiante	103	28%
Empleado privado	71	19%
Trabajador independiente	39	11%
Ama de casa	19	5%
Jubilado	25	7%
Total	**371**	**100%**

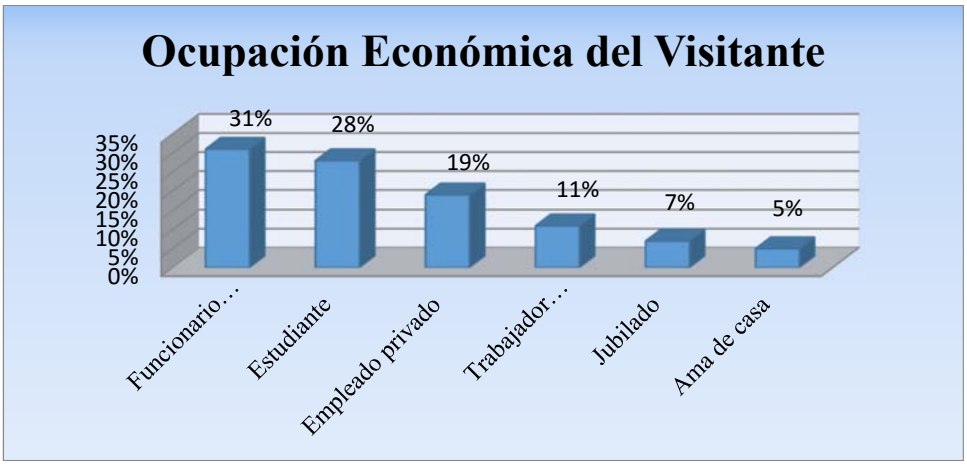


Figura 36. Ocupación Económica del visitante

Con respecto a la ocupación o actividad económica que desempeñan los visitantes de Yachay, se pudo establecer que los grupos de mayor interés son los estudiantes (28%) y funcionarios públicos (31%), ya que existe mayor difusión o conocimiento entre instituciones del gobierno nacional, lo que presenta el interés de los trabajadores públicos, guardando relación con las preguntas anteriores correspondientes, estableciendo las características del perfil del visitante en cuanto a la formación y necesidades académicas requeridas.

3.2.1.2 Motivaciones del viaje

Motivo de visita a Yachay

Tabla 16. Motivo de visita a Yachay

	Frecuencia	Porcentaje
Conocer la infraestructura académica y científica de la ciudad	112	30%
Conocer la obra del gobierno	74	20%
Admirar el Patrimonio cultural de Yachay	52	14%
Participar en el proceso académico y científico	48	13%
Visitar a familiares y amigos (docentes, estudiantes)	85	23%
Total	371	100%

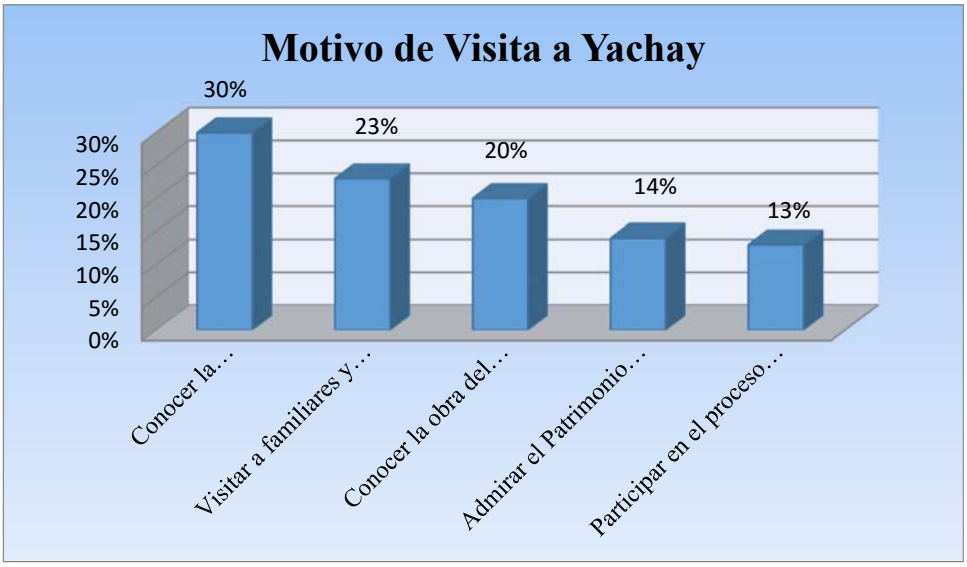


Figura 37. Motivo de visita a Yachay

Los resultados presentados como principales motivos para visitar la Ciudad del Conocimiento, ratifican la información obtenida en los datos generales de los visitantes, estableciendo que los principales elementos de motivación son: conocer la infraestructura académica y científica (30%), visitar a familiares y amigos (23%) y conocer la obra del gobierno (20%), lo que implica que es visualizado como una zona en la que pueden adquirir oportunidades de crecimiento académico.

Medio utilizado para visitar Yachay

Tabla 17. Medio utilizado para visitar Yachay

	Frecuencia	Porcentaje
Particular	306	82%
Agencia de Viajes	65	18%
Total	**371**	**100%**

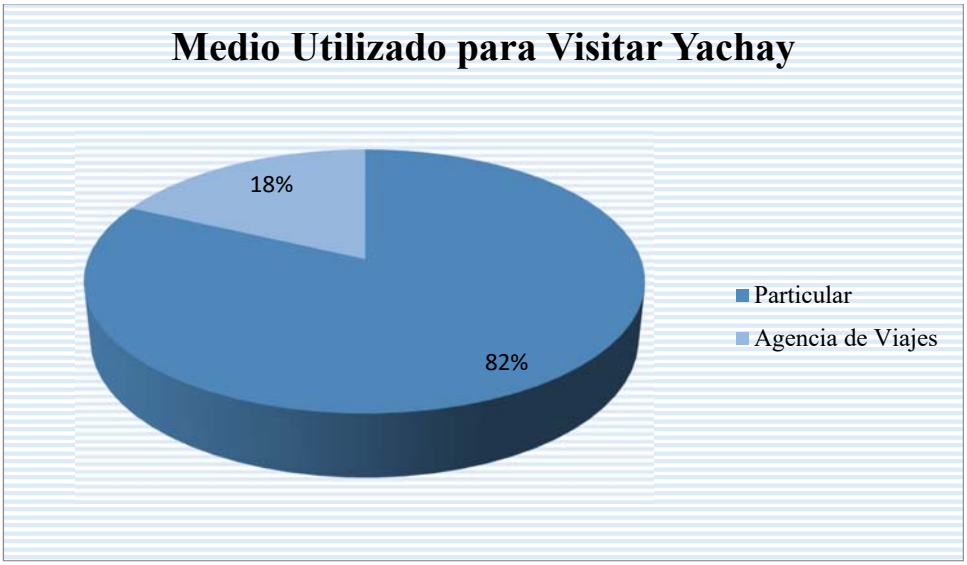


Figura 38. Medio utilizado para visitar Yachay

El turista en general, tiene como medio principal utilizado para realizar los viajes dentro del país, el de características particulares (82%), con respecto al uso de agencias de viajes, se podría indicar que este es casi en su totalidad utilizado por los visitantes extranjeros quienes buscan la forma de planificar sus viajes.

Yachay no tiene actualmente firmado un convenio con agencias para su promoción, sin embargo, las agencias lo mencionan que caso de que se despierte el interés de los visitantes.

Medio por el que se informó sobre la posibilidad de visitar Yachay

Tabla 18. Medio por el que se informó sobre la posibilidad de visitar Yachay

	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	67	18%
Internet	64	17%
Prensa	23	6%
Socialización y difusión del gobierno	42	11%
Radio	25	7%
Referencias personales	85	23%
Agencias de viajes	65	18%
Total	**371**	**100%**

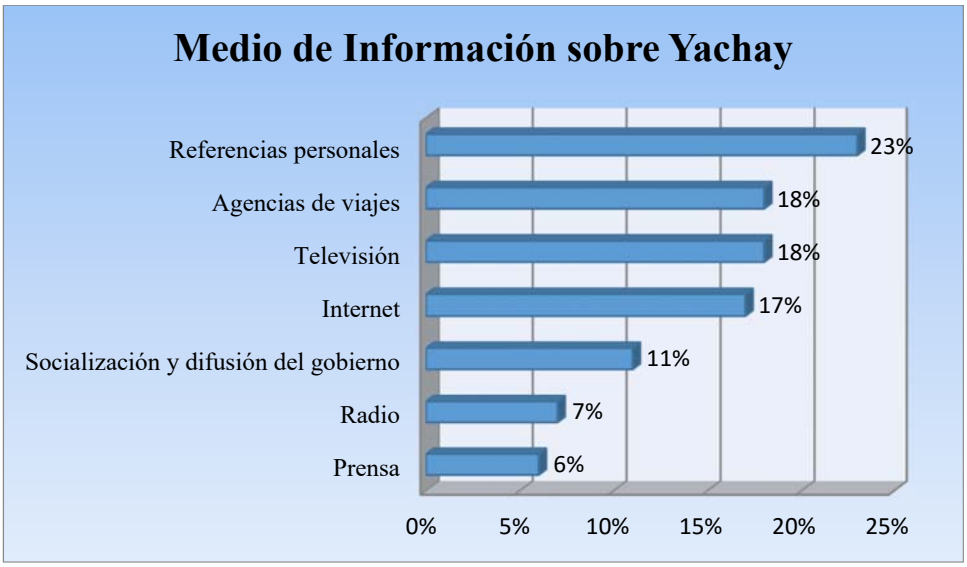


Figura 39. Medio se informó sobre la posibilidad de visitar el Yachay

Los medios de información mayormente utilizados por los visitantes, corresponden a las referencias personales (23%), Agencias de viaje y televisión (18%), además de las redes sociales (17%) que se han constituido como un elemento importante de información, y que, como Ciudad del Conocimiento, representa una herramienta tecnológica de alta importancia que debe ser usada de forma óptima, además que es un medio que no implica costos mayores y que puede llegar a audiencias objetivo.

3.2.1.3 Satisfacción del turista

Nivel de Satisfacción por los servicios turísticos brindados

Tabla 19. Nivel de Satisfacción por los servicios turísticos brindados

	Frecuencia	Porcentaje
10	105	28%
9	79	21%
8	63	17%
7	18	5%
6	19	5%
5	23	6%
4	20	5%
3	17	5%
2	15	4%
1	12	3%
Total	371	100%

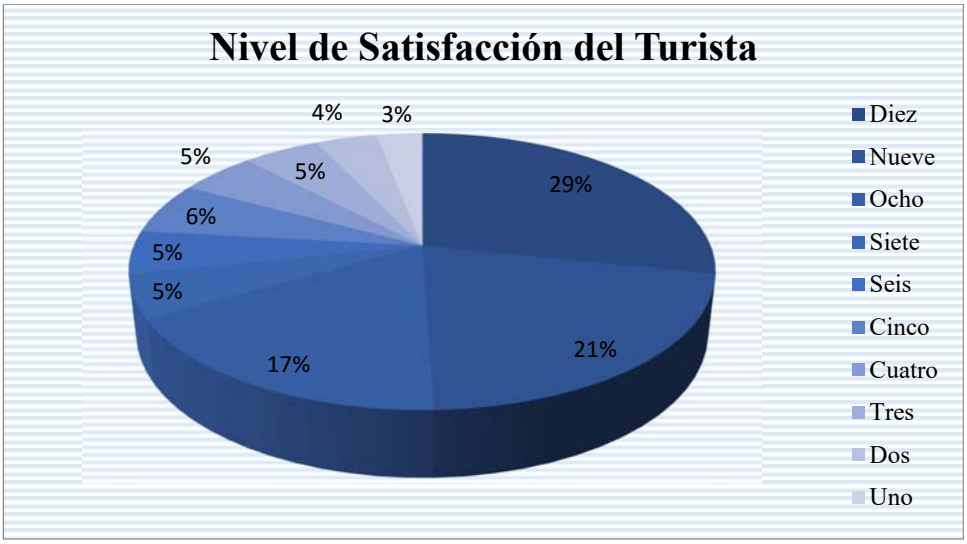


Figura 40. Nivel de satisfacción por los servicios turísticos brindados

Con respecto al nivel de satisfacción alcanzado, por el uso de los servicios brindados, se puede establecer, que el nivel general es de calificaciones superiores a 8 (66%), lo que

indicaría que el nivel de satisfacción alcanzado es muy bueno o bueno, además, se pudo establecer que existieron calificaciones inferiores a 4 (17%), lo que implicaría que se debe realizar procesos de mejora en la atención y servicios brindados con el fin de cubrir de mejor manera las expectativas del visitante.

3.2.2 Tamaño de Mercado

Tabla 20. Tamaño de Mercado

Visitantes Áreas Naturales	No. de Visitantes
Visitantes Total País	1'446.229
Mercado Nacional (73%)	1'050.701
Mercado Internacional (27%)	395.528

Mercado Potencial	No. de Visitas Potenciales
Concentración de la demanda en Imbabura (18,38%)	265.817
Mercado Potencial Nacional	193119
Mercado Potencial Internacional	72.698

Fuente: Ministerio de Turismo, 2015

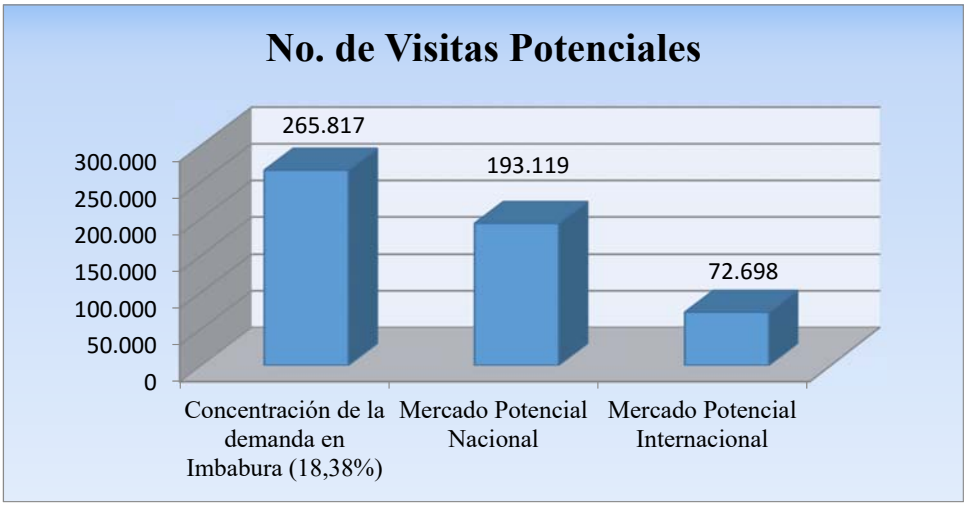


Figura 41. Tamaño de Mercado

El mercado total a nivel nacional respecto a las visitas de áreas naturales del país corresponde a 1'446.229 personas, de los cuales 395.528 son internacionales y 395.528

son nacionales, se tomó en consideración estos datos por los componentes similares de este tipo de turismo con el que se puede realizar en Yachay, de esta forma para determinar el mercado potencial con el que puede contar Yachay posteriormente se tomó en cuenta la concentración de la demanda turística en Imbabura que es del 18,38%.

3.2.3 Segmentación de Mercado

Tabla 21. Segmentación de Mercado Yachay

VARIABLE	DESCOMPOSICIÓN TÍPICA
Geográfica	
País de procedencia	Visitantes nacionales y extranjeros
Regiones de procedencia	Pichincha, Imbabura y el resto del país
Demográfica	
Edad	Entre los 19 y 39 años
Sexo	Masculino, femenino
Tamaño Familiar	2 o más
Ciclo de vida de la familia	Solteros, casados, jóvenes y adultos
Ingresos	Mayores a los 386 dólares
Ocupación	Profesionales, estudiantes, emprendedores,
Educación	Secundaria y Universitaria de Tercer Nivel
Religión	Indiferente
Raza	Indiferente
Nacionalidad	Ecuatoriana y extranjera
Psicográfica	
Clase social	Baja, media y alta
Estilo de vida	Intelectual, con ganas de aprender y conocer
Personalidad	Compulsiva, ambiciosa
Conductuales	
Ocasión de compra	Normal
Beneficios pretendidos	Calidad y servicio
Grado de usuario	Usuario
Grado de lealtad	Alta
Grado de conocimiento	Desconocimiento y conocimiento
Actitud ante el producto	Entusiasta, positiva, cuestionadora, negativa.

3.2.4 Mercados Meta

Visitantes nacionales y extranjeros entre los 19 y 39 años de edad, de educación Universitaria y Secundaria, que requieren conocer sobre infraestructura y oferta de carácter académico, científico y productivo (empresarial y emprendimiento), patrimonio histórico y natural.

3.2.5 Perfil del Consumidor

Visitantes extranjeros y nacionales, principalmente de las provincias de Imbabura y Pichincha, en un rango de edad entre los 19 y 39 años de edad, con un nivel de educación Universitario de Tercer Nivel y Secundario, que tienen como ocupaciones los estudios y empleados públicos y privados, requiriendo conocer la oferta académica, científica y que promueva la innovación, además del patrimonio histórico y natural de la Ciudad, que utilicen como canales las agencias de viajes y el manejo particular, obteniendo su información en referencias personales, agencias de viaje y televisión y redes sociales, además de buscar un alto nivel de satisfacción por los servicios turísticos brindados. De personalidad innovadora, creativa, amigable con el ambiente y visionaria.

3.2.6 Competencia

Las entidades que se pueden considerar como competencia para la propuesta actual de la Ciudad del Conocimiento y alineadas a los motivos de visita, son las Universidades que presentan características similares (considerándolo como un turismo académico), sin embargo, no existe una empresa o institución, que ofrezca una propuesta integral como la que plantea el plan Maestro de Yachay, en la que integra interacción entre los actores ubicados en un mismo territorio, como son:

- Sector Privado: a través de la instalación de empresas productivas tecnológicas, agrícolas e industriales.

- Sector Público: con entidades relativas al giro como son la Secretaria Nacional de Educación Superior Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt), el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), el Instituto de Fomento al Talento Humano (IFTH), e institutos de investigación.

- Academia: con el sistema integral de educación que incluye un Centro Infantil del Buen Vivir (CIVB), el Instituto Superior Tecnológico "17 de Julio" y la Universidad Yachay Tech.

- Comunidad: a través de la presencia de estudiantes, docentes, funcionarios públicos, empleados de las empresas privadas, emprendedores, miembros de las comunidades del sector.

Debido a que este plan propone enfocarse como mercado potencial las provincias de Pichincha e Imbabura, la competencia para Yachay estaría constituida por:

Imbabura

Para el caso de esta provincia se consideró las instituciones de nivel con mayor calificación en la acreditación y categorización 2013, realizada por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).

- **Universidad Técnica de Norte (UTN)**

Características similares: Centro de investigación y los componentes en temas de investigación ciencia y tecnología.

Centro de Investigación CUICYT

Todas las acciones y tareas relacionadas con los procesos de Investigación, Desarrollo e Innovación y las actividades de Transferencia de Tecnología y Difusión, deberán estar reguladas por una Unidad responsable de estos procesos, el **Centro Universitario de Investigación Científica y Tecnológica CUICYT**, que de acuerdo al Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica del Norte, en su disposición transitoria quinta dispone "*hasta que el Consejo Universitario apruebe la creación del Instituto de Investigaciones, el Centro Universitario de Investigación Científica y Tecnológica, llevará la Rectoría en materia de investigación*".

Investigaciones - UTN

Figura 42. Información Centro de Investigación UTN

Fuente: (Universidad Técnica del Norte, s.f.)

Pichincha

Se consideraron las instituciones de nivel superior en la categoría A de la acreditación y categorización 2013, realizada por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES).

- **Escuela Politécnica Nacional**

Características similares: centros de investigación

Figura 43. Centros de Investigación Escuela Politécnica Nacional

Fuente: (Escuela Politécnica Nacional, s.f.)

- **Universidad San Francisco de Quito**

Características similares: centros de investigación:

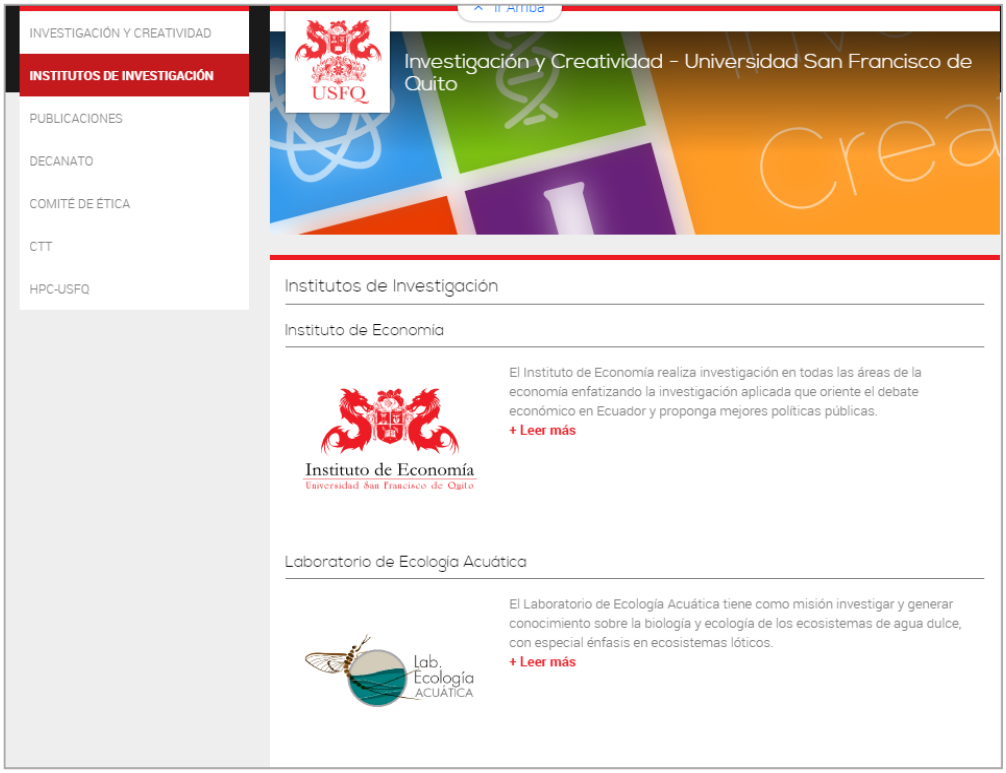


Figura 44. Características similares: centros de investigación

Fuente: (Universidad San Francisco de Quito, s.f.)

3.3 CONCLUSIONES

Yachay, es una Ciudad del Conocimiento, que busca fomentar el turismo académico, histórico y natural, en base a su infraestructura existente y futura, que al momento se encuentra cubierta principalmente por personas relacionadas con la educación y sus familiares, con una alta posibilidad de explotar el mercado nacional e internacional de turistas, mediante el desarrollo de planes estratégicos de marketing que fomenten el conocimiento, atrayendo a los jóvenes que están por ingresar a las universidades y profesionales que buscan un desarrollo académico y empresarial, además de todas los visitantes que buscan conocer los proyectos de gobierno y la historia y naturaleza de la región.

3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

De acuerdo a la metodología diseñada por el equipo de investigación de Rawle Murdy, Centro SmartState de Excelencia Económica en Turismo y en Desarrollo Económico de la Universidad de Carolina del Sur y la Universidad Beaufort de Carolina del Sur, basada en literatura de posicionamiento de destino y marca, se tomaron en cuenta los factores que se pueden aplicar en el caso práctico de Yachay, por lo que se definieron las siguientes actividades:

3.4.1 Conducción de sesiones grupales entre los actores involucrados

Se realizaron dos sesiones grupales, la primera con un grupo de turistas que visitó Yachay y la segunda con un grupo de funcionarios públicos de diferentes áreas de la empresa Yachay E.P., involucrados en los procesos de construcción y consolidación de la ciudad. Estas sesiones se realizaron con la finalidad de establecer los valores principales y visionar un marco futuro para Yachay, a través de su posicionamiento.

3.4.1.1 Sesión realizada con Turistas

Esta sesión se la realizó con un grupo de turistas, conformado por 20 personas, que visitó por primera vez la Ciudad del Conocimiento, este grupo corresponde a la visita programada con las personas que eligieron a Yachay como opción de visita, luego de participar en la Conferencia de Ecoturismo y Turismo Sustentable, que se llevó a cabo en Quito, el mes de abril del 2015, este grupo fue seleccionado, tomando en cuenta que el diseño del recorrido fue integral en la ciudad, de igual forma el discurso de exposición que se brindó a los asistentes, fue clave para el desarrollo posterior de la sesión grupal. El perfil de las personas de este grupo fue de procedencia académica o interesados en el aprendizaje que integre turismo, tecnología e innovación, docentes de universidades y miembros de instituciones educativas y funcionarios públicos de otras instituciones.

Este estudio inicia con un recorrido turístico por la zona patrimonial y el jardín botánico de la ciudad, en donde se expuso el concepto de la ciudad, su objetivo y sus componentes.

Se contó con un guía miembro de la empresa Yachay E.P., quien realizó la exposición durante todo el recorrido, además de la supervisión del funcionario encargado del área de turismo, quien aportó en las intervenciones.

Figura 45. Sesión grupal turistas Yachay

Figura 46. Recorrido y sesión grupal turistas Yachay

3.4.1.2 Sesión realizada con funcionarios de la Empresa Pública Yachay

Esta sesión se realizó con un grupo de 10 funcionarios pertenecientes a varias áreas de la empresa, que están involucrados en el desarrollo de la ciudad, y se encargaron de evaluar y complementar los resultados obtenidos del primer grupo para tener una definición validada de los resultados del estudio cualitativo. Se llevó a cabo el mes de agosto 2015, en las instalaciones de Yachay E.P. Quito.

Figura 47. Sesión grupal funcionarios Yachay E.P.

Figura 48. Sesión grupal funcionarios Yachay E.P.

3.4.2 Benchmark para establecer los valores principales de Yachay y elaborar una visión futura de la Ciudad

3.4.2.1 Identificación de los atributos de la ciudad

El primer ejercicio fue orientado a explorar la experiencia en Yachay, a través de la apreciación e identificación de los valores y atributos de la ciudad. Se solicitó a los participantes que describan a Yachay en una o dos palabras, luego de obtener los resultados, se utilizó la herramienta Wordle para generar nubes de palabras "Word clouds".

Figura 49. Wordle - Yachay

Las palabras que fueron mencionadas con mayor frecuencia por los turistas son las que tienen mayor tamaño en la gráfica, dando como resultado:

- Cultura
- Conocimiento
- Innovación

- Naturaleza
- Experiencia nueva
- Desarrollo

De acuerdo a la evaluación de los funcionarios, a este resultado se debe complementar con las palabras:

- Tecnología
- Ciencia
- Negocios
- Comunidad

3.4.2.2 Metáfora de la celebridad

El segundo ejercicio consistió en la aplicación de un juego asociativo para explorar la personalidad de Yachay, se pidió a los participantes del grupo de turistas asociar a Yachay con una celebridad o personaje de cualquier tiempo y las características por las que pueden describir la personalidad de la ciudad.

De acuerdo a la metodología utilizada, esta técnica proyectiva es común en la búsqueda de imagen de marca.

Las celebridades mencionadas por el grupo en general fueron:

- **Albert Einstein:** analítico, investigador, genio
- **Steve Jobs:** Innovador, enfoque en la tecnología
- **Mahatma Gandhi:** Paz y por su forma de vivir la vida
- **Alan Turing:** capacidad de descifrar códigos (segunda guerra mundial)
- **Nicola Tesla:** Inventor de grandes cosas para la época (padre de la electricidad)
- **Pitágoras:** Dio solución a las complejidades
- **Leonardo da Vinci:** Artista, científico, inventor

De acuerdo a la evaluación del grupo de funcionarios, los personajes alineados a los atributos de la ciudad por su personalidad son Steve Jobs y Albert Einstein, complementado además por Elon Musk (Director Ejecutivo de Tesla Motors), por su nivel de invención (co fundador de PayPal).

3.4.2.3 Reflejo de imágenes

El tercer ejercicio se realizó a través de la presentación de varias fotos de Yachay, que son parte del banco de imágenes institucionales y que ilustran los componentes de la ciudad. Se solicitó tanto a turistas como funcionarios que elijan las más representativas y las menos representativas, dando como resultado:

Los resultados fueron:

Figura 50. Fotos más representativas Yachay

Figura 51. Fotos menos representativas Yachay

Las imágenes de más representativas son aquellas asociadas con la tecnología, los estudiantes, infraestructura terminada, transporte ecológico, charlas, capacitación, campus universitario. Las menos representativas son las que reflejan construcciones sin terminar, transporte tradicional, paisajes y edificación sin población o gente.

Mientras se dialogaba con las personas del grupo de turistas se reconoció que Yachay debe ser una ciudad viva y no solamente una inversión en infraestructura que no llegue a ser funcional u operacional al 100%, obteniendo ventajas de todo lo que existe y se está construyendo en la actualidad, la ciudad no debería quedarse con construcciones sin terminar, les gustaría ver cristalizado los resultados de la inversión en temas de generación de investigación, desarrollo tecnológico aplicable al Ecuador y de calidad para exportación, además de que la ciudad debe contar con todas las facilidades para que la población actual y futura cuente con un entorno de fácil acceso a los servicios necesarios para vivir, siempre manteniendo el concepto de sostenibilidad medioambiental.

3.4.2.4 Diseño de logo/slogan

En este ejercicio se solicitó al grupo de turistas crear un logo y un slogan que represente a Yachay, luego se los expuso a los participantes del grupo de funcionarios para valorar los conceptos que transmiten y se los agrupó por temáticas de la siguiente manera:

Logo

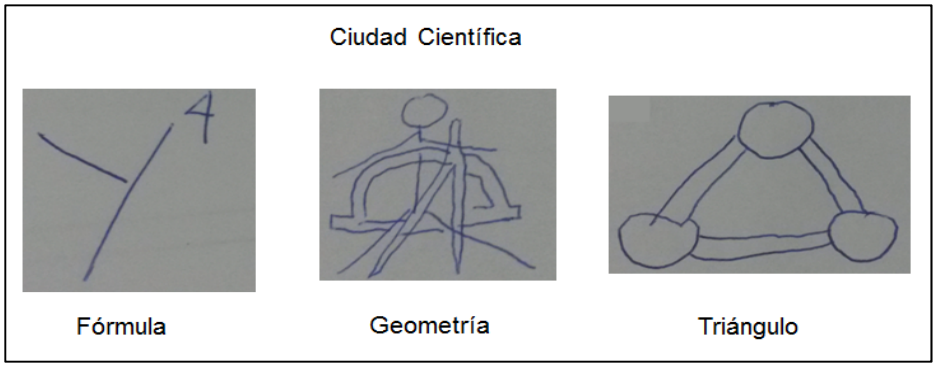


Figura 52. Logos Yachay Ciudad Científica

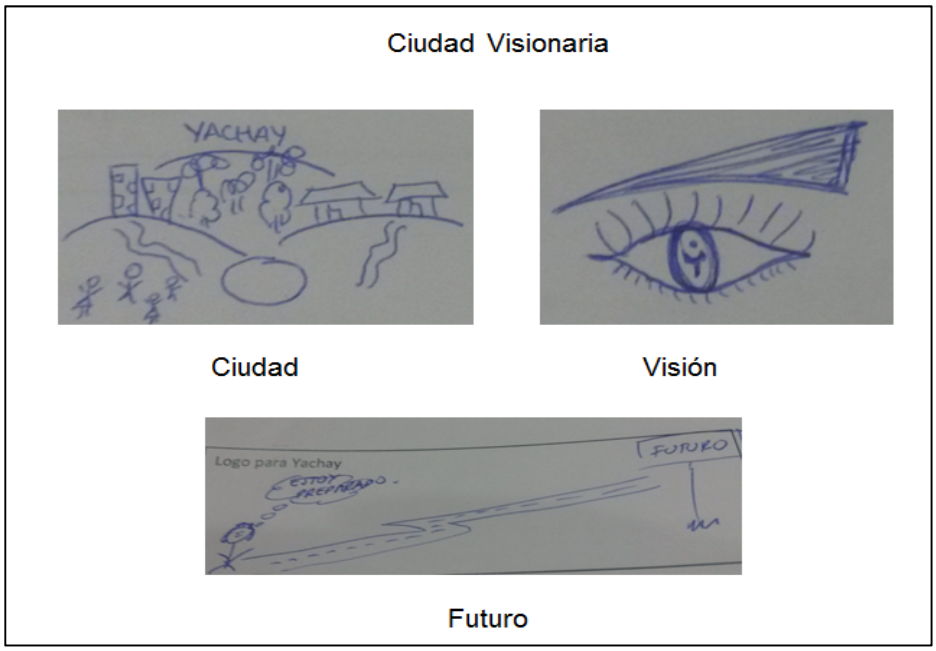


Figura 53. Logos Yachay Ciudad Visionaria

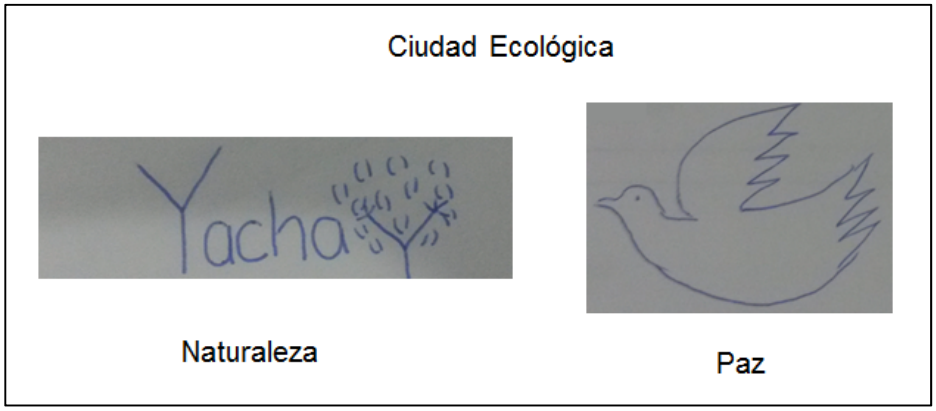


Figura 54. Logos Yachay Ciudad Ecológica

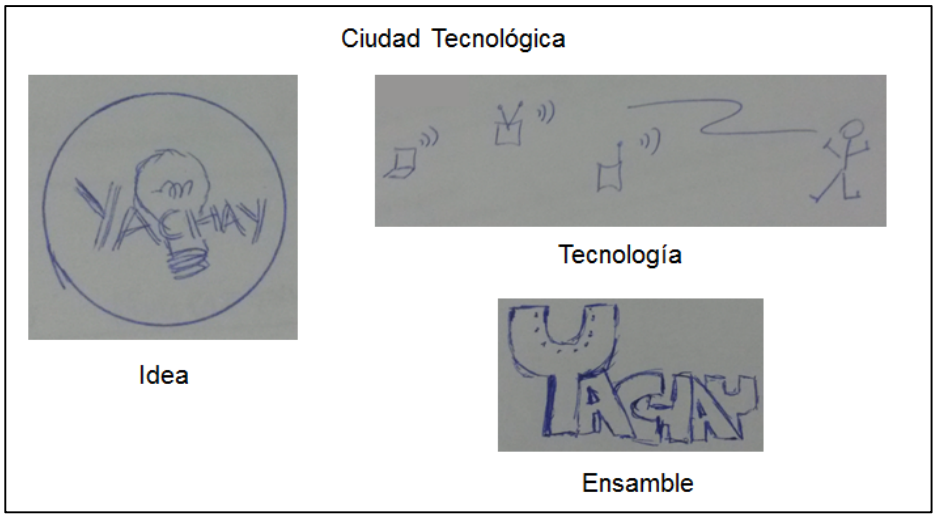


Figura 55. Logos Yachay Ciudad Tecnológica

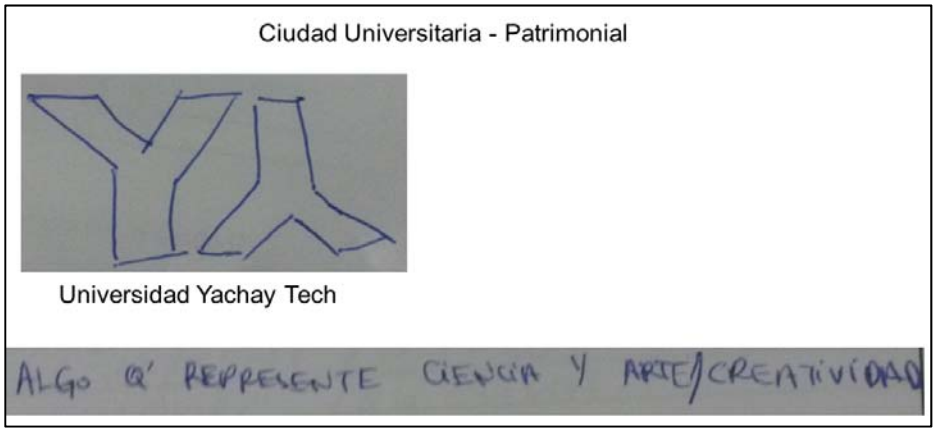


Figura 56. Logos Yachay Ciudad Universitaria Patrimonial

Slogan

Los enunciados propuestos por los turistas para el slogan de la ciudad fueron:

- La Ciudad del Futuro
- Una mirada al futuro
- Si necesitas innovar, Yachay es para ti
- La ciudad que te envuelve en sabiduría
- Donde la ciencia y el arte se unen para crear futuro
- Vivir en paz vivir mejor
- Tierra del mañana
- Creando el nuevo futuro

Respecto a las propuestas de slogan, la conclusión grupal de los funcionarios fue que se tomen en cuenta los factores que se obtuvieron de este estudio que se resumen en una ciudad donde se vive y se crea futuro.

3.4.2.5 Visión de largo plazo

El ejercicio de visión se utiliza para crear imágenes y declaraciones que ayudan a orientar el cambio, en el caso práctico y aplicativo de este estudio para Yachay, se lo usará para identificar la visión de futuro que los visitantes y funcionarios (actores) tienen para la construcción de la ciudad y recomendarlos para las decisiones de planificación.

La forma en que se realizó este ejercicio fue pidiendo a los participantes del grupo de turistas que imaginen que están caminando en las calles de Yachay luego de 15 años y expresen sus visiones respecto a los siguientes cuestionamientos:

- ¿Qué ven?
- ¿Qué escuchan?
- ¿Cómo se ven las construcciones?
- ¿Dónde se reúne la gente?

- ¿Cómo se movilizan?
- ¿En qué trabajan?
- ¿Qué es lo que sienten cuando están caminando en sus calles?

Una vez que se recopilaron las respuestas, el grupo de funcionarios las analizó y en base a las mismas, determinó como será Yachay en el futuro:

- Una ciudad ordenada, rodeada de naturaleza, dedicada a investigar, innovar y producir, con gran movimiento de personas nacionales y extranjeras que son estudiantes, académicos, emprendedores y empresas, realizan sus actividades basadas en tecnología, existen edificios inteligentes y áreas verdes.

- Se escucha música, gente hablando de proyectos visionarios, cadenas de bicicletas y naturaleza.

- Las construcciones se ven terminadas, llenas de personas, con tecnología moderna, y energía eficiente.

- La gente se reúne en áreas verdes, lugares deportivos, cafeterías.

- Los ciudadanos se movilizan a pie, en bicicletas, autos híbridos y eléctricos.

- Trabajan en la universidad, empresas tecnológicas, start ups, laboratorios y centros de investigación.

- Cuando caminan en sus calles sienten tranquilidad, paz, seguridad, energía, confort y alegría.

Estos resultados serán puestos a disposición de la empresa para decisiones posteriores respecto a la planificación de la ciudad.

CAPÍTULO IV

4 PLAN DE MARKETING

4.1 EL MERCADO

4.1.1 Características de Mercado

El mercado turístico en el Ecuador sobrepasa el millón de visitantes anuales, de los cuales apenas el 12% buscan rutas alternativas a otras provincias que no sean las tradicionales como: Quito, Cuenca, Guayaquil y Galápagos, cubriendo sus expectativas en zonas históricas o naturales, lo que es de alta importancia para Yachay, al fomentar un turismo orientado al conocimiento que integra características de aprendizaje, desarrollo tecnológico y aspectos históricos, basados en su infraestructura, sus proyectos implementados y las relaciones naturales en base a un ecoturismo, para lo cual se propone centrar los esfuerzos en jóvenes y adultos que busquen conocer respecto a temas de conocimiento y aprendizaje.

4.1.2 Análisis de los motivos por los que Yachay es percibido o considerado como sólo una universidad

Dentro del planteamiento de posicionamiento de Yachay como una Universidad y no como una ciudad, se debe considerar las acciones mediáticas que Yachay Tech ha estado implementando en temas de comunicación, para que el posicionamiento se mantenga de esta forma, por lo que se podría considerar a esta institución educativa como un competidor de Yachay Ciudad del Conocimiento.

	YACHAY	YACHAY TECH	
Facebook	123856	20420	Me gusta
Twitter	36,3 K	14,5 K	Seguidores
Tweets	16,3 K	3919	

Figura 57. Datos Facebook y Twitter Yachay E.P. y Yachay E.P.

De acuerdo a estas estadísticas se puede ver que Yachay E.P. tiene mayor participación en redes tanto Facebook como Twitter.

Dentro de la búsqueda de las acciones mediáticas realizadas para que el posicionamiento de la Ciudad del Conocimiento sea definido como una Universidad, se puede observar que la prensa de medios públicos y privados ha contribuido en gran porcentaje con estas acciones como se puede ver a continuación:

Tabla 22. Publicaciones prensa escrita Yachay

	Medios	Fecha	Publicación	Fuente
Prensa Escrita	El Universo	10/12/2015	Yachay, la experiencia de vivir fuera de casa	http://www.eluniverso.com/noticias/2015/12/10/nota/5289537/yachay-experiencia-vivir-fuera-casa
		31/03/2014	Universidad Yachay abre sus puertas	http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/31/nota/2549711/yachay-abre-sus-puertas-187-estudiantes-22-provincias
	El Telégrafo	02/04/2014	Un químico es el nuevo rector de la Universidad Yachay	http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/un-quimico-es-el-nuevo-rector-de-la-universidad-yachay
	La República	30/06/2016	Renuncia Rector de la Universidad de Yachay (daniel J. Larson)	http://www.larepublica.ec/blog/politica/2016/06/30/renuncia-el-rector-de-la-universidad-de-yachay/
	El Comercio	21/08/2015	Yachay, criticada una vez más (destitución Fernado Albericio y crisis interna)	http://www.elcomercio.com/tag/fernando-albericio
		05/08/2015	Dudas sobre Yachay (Destitución Fernando Albericio)	
		31/07/2015	Yachay en la polémica: Universidad del Conocimiento bautizada como Yachay	
		29/04/2014	Fernando Albericio: Yachay será la primera universidad de investigación en Latinoamérica	
Web	Wikipedia		Yachay (Universidad)	https://es.wikipedia.org/wiki/Yachay_(universidad)

De acuerdo a esta investigación se puede determinar que todas las noticias que se publican acerca de Yachay la identifican solamente como la universidad. Un evento que impactó la difusión mediática fue el que ocurrió en junio del 2015, en donde se enfatizó que temas de la Universidad Yachay como la salida del ex rector Fernando Albericio, sueldos y miembros de la Comisión de la Comisión gestora, lo que dio mayor protagonismo y énfasis en mantener el posicionamiento de Yachay, como sólo una universidad.

4.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

4.2.1 Portafolio y Diseño de Productos

4.2.1.1 Líneas de producto

De acuerdo a la información levantada en este estudio, se ha diseñado en conjunto con la Dirección de Comunicación, un portafolio de productos para la promoción del área turística de Yachay, de manera que se identifiquen líneas de producto y sus productos para las atracciones que se encuentran habilitadas para su promoción.

Dentro del portafolio se determinaron cinco líneas de producto, que se detallan a continuación:

- Ciudad Verde: Integra componentes de naturaleza en la ciudad e intenta transmitir el objetivo que tiene Yachay de preservar la flora del sector, además de motivar el conocimiento e investigación de las especies.

- Ciudad Patrimonial: integra las características y atributos históricos de la ciudad, a través de su infraestructura restaurada y el bagaje histórico del sector.

- Ciudad Aventura: se desarrolló en base a las actividades deportivas, de aventura y al aire libre a las que pueden acceder los visitantes de la ciudad.

- Ciudad Ecológica: Ya que la ciudad promueve buenas prácticas medio ambientales como movilidad eco amigable y programas de reciclaje, además de un ambiente en armonía con la naturaleza que pueden ser evidenciados por los turistas.

- Ciudad Cultural: La ciudad fomenta aspectos de formación cultural que involucran la preservación de las tradiciones en el ámbito artístico en conjunto con la comunidad.

Tabla 23. Líneas de producto y productos

Línea de Producto	Productos
Ciudad Verde	Jardín Botánico: senderos, mirador
	Árbol Filogenético
	Jardín de los Sentidos
	Agroturismo
Ciudad Patrimonial	Campus Universitario: laboratorios, aulas
	Chalet de Hacienda
	Biblioteca Universitaria (ingenio San José)
	Estación Hoja Blanca (tren)
Ciudad Aventura	Cabalgatas
	Camping
	Ciclismo de aventura
Ciudad Ecológica	Ciclo ruta del conocimiento
	Car sharing movilidad eco amigable
Ciudad Cultural	Centro Cultural la Voladora
	Comunidad

Fuente: Dirección de Comunicación Yachay E.P., 2015

Adicionalmente se propone en este estudio, que se integren dos líneas de producto que van de acuerdo a la información levantada y a la capacidad que tiene la empresa a corto plazo, para ser promocionadas al momento en que sus instalaciones estén habilitadas para el turismo.

- Ciudad Tecnológica: Basada en la oferta de actividades que promueven y generan tecnología, a través de las temáticas de emprendimiento e innovación y la operación de empresas que desarrollan software en la ciudad.

- Ciudad Científica: La ciudad está basada en el concepto de la generación del conocimiento por lo que se debe incluir actividades científicas, a través de programas de investigación entre instituciones con profesionales de alto grado de formación que generen documentos científicos y bases de datos de alto valor.

Tabla 24. Líneas de producto y productos propuestos

Línea de Producto	Productos
Ciudad Tecnológica	Centro de Emprendimiento Innopolis
	FabLab
	Oficinas de Transferencia Tecnológica
Ciudad Científica	Investigación y cooperación científica entre instituciones académicas nacionales y extranjeras

4.2.1.2 Descripción componentes de producto

Todos productos que se describen inician el recorrido con una explicación de lo que es Yachay como la Ciudad del Conocimiento, sus objetivos y desarrollo.

Línea de Producto: Ciudad Verde

Producto: Jardín Botánico

Si disfrutas de la naturaleza, su belleza, armonía y preservación, te invitamos a visitar el Jardín Botánico Yachay. A través de una caminata por sus senderos aprenderás acerca de la flora de este lugar, podrás encontrar una muestra de 70 Bonsáis de diferentes especies y conocer la historia de este arte, además puedes llegar al mirador de la loma San Eloy donde se aprecia una vista panorámica de toda la Ciudad del Conocimiento.

El Jardín Botánico Yachay es la contribución a los esfuerzos de conservación ex situ a nivel nacional, a través de un centro de investigación y promoción dedicado a la colección, conservación y exhibición de la flora nativa ecuatoriana, para fortalecer los procesos de ciencia, tecnología y educación ambiental. En el jardín, se desarrolla investigación de germoplasma de especies nativas, este no es un centro con acceso restringido y dedicado únicamente a la investigación, en este espacio la población puede conocer los diferentes ecosistemas del país representados en un solo espacio, se podrá aprender de la diversidad de especies vegetales, como actividad educativa o turística. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Yachay cuenta con varios senderos en los cuales se puede apreciar y conocer sobre variada flora y fauna ecuatoriana. Es posible recorrer tres senderos ecológicos de bosque xerofítico en recuperación, siendo uno de los ecosistemas más amenazados del país. En total se cuenta con 3 km de senderos habilitados para aprender a valorarlo e investigar sobre sus especies en el país.

a. Sendero de las Bromelias – magenta: Con una extensión aproximada de 783m.
b. Sendero de las Cabuyas – verde: Con una extensión aproximada de 1.112m.
c. Sendero de los Espinos – café: Con una extensión aproximada de 1.660m

Producto: Árbol Filogenético

Desde la loma San Eloy puedes disfrutar de la representación de un árbol que cuenta la historia de la evolución de las plantas, ideal para los apasionados de la naturaleza y los que tienen interés en aprender algo nuevo.

Para aprender sobre botánica, se muestra en una extensión de 1.5 ha la evolución genética de las plantas. Una historia evolutiva de 450 millones de años contada en un mismo espacio y tiempo. En la exhibición se encuentran especies de rasgos primitivos hasta especies que aparecieron hace apenas miles de años distribuidas en 80 órdenes. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Jardín de los Sentidos

Esta atracción está diseñada para que los visitantes puedan experimentar el uso de sus sentidos diferentes al de la vista, a través del olfato y tacto de las plantas que se exhiben en este lugar. Es un espacio para disfrutar de la naturaleza y actividades lúdicas familiares con la posibilidad de acampar.

Este espacio ha sido diseñado además para las personas no videntes, quienes acceden a recorrer un jardín lleno de texturas y olores. En la exhibición se muestra y explica como las plantas despiertan los sentidos al recorrer los 400 m2 que comprende este espacio. Se puede aprender de la horticultura generada en el imperio chino aplicado a plantas ecuatorianas en el "Bosque de bonsáis", en la exhibición se cuenta con 40 árboles maduros en miniatura distribuidos en un espacio ideal para la relajación. Un recorrido entre orquídeas nativas e híbridas que enseñan a valorar una de las familias más extensa del reino vegetal y la más representativa por su diversidad en el país, en la exhibición se encuentran orquídeas nativas e híbridas. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Agroturismo

Disfruta de las actividades de agro turismo que Yachay ofrece, a través de la visita a los cultivos que se producen en la zona, con la opción de aprender de las técnicas utilizadas por los agricultores y el conocimiento de sus prácticas. Además podrás comprar sus productos frescos que incluyen frutas y hortalizas. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Línea de Producto: Ciudad Patrimonial

Producto: Campus Universitario

La Zona Patrimonial se encuentra dentro de la ciudad del conocimiento Yachay, se trata de la ex hacienda San José que tiene aproximadamente 400 años de historia, desde el siglo XVI, donde vivieron reconocidos ecuatorianos con el señor Jacinto Jijón y Caamaño y el señor Francisco Salvador, contaba con una de las industrias más grandes del norte del

Ecuador un ingenio azucarero, ha sido restaurada junto con el ex ingenio azucarero. Atractivos turísticos de gran relevancia para el desarrollo turístico por el gran nivel cultural y patrimonial que guarda en sus estructuras coloniales, conservando materiales originales de construcción como paredes de adobe o bareque, pilares de piedra y techo de teja.

Aquí funciona la Universidad Yachay Tech la primera universidad de investigación intensiva del Ecuador, diseñada desde el principio para ser una institución altamente interdisciplinaria, internacional y un centro regional de transformación para la innovación y la educación.

La universidad será parte de la historia de América Latina y un hito clave en el proceso de la internacionalización de la investigación y la enseñanza en todo el mundo ya que su misión es la formación de una nueva generación de líderes tecnológicos en el Ecuador y en la región, y con una visión de tener un impacto transformador en el mundo de la academia. (Yachay E.P., 2016)

- Mediante la combinación de las ciencias y la ingeniería en cada una de las seis escuelas de Yachay Tech, se educará a una generación de científicos e ingenieros que resolverán creativamente los desafíos de nuestras sociedades. Como parte del patrimonio de la ciudad, se encuentra también la hacienda San Vicente Flor, que fue la vivienda donde nació Antonio Ante, precursor de la independencia americana y un importante personaje de la historia nacional e internacional. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Chalet de Hacienda

El Chalet de la hacienda San José mantiene su estructura patrimonial, la historia cuenta que en sus interiores vivió Jacinto Jijón y Cama y es en la actualidad la Casa Protocolar de la Universidad Yachay Tech. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Biblioteca Universitaria (antiguo ingenio San José)

Conocer donde se realizó el trabajo productivo de uno de los ingenios más populares de la época constituye una experiencia y aprendizaje valioso. Sus instalaciones han sido restauradas, manteniendo su diseño patrimonial, actualmente funcionan como la Biblioteca y oficinas de la Universidad Yachay Tech. Aquí se puede observar la maquinaria que fue utilizada para procesar caña de azúcar, panela y agua ardiente. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Estación Hoja Blanca

Para los turistas que disfrutan del patrimonio y la aventura, el tren es una de las opciones que reviven el medio de transporte que fue en su momento el más moderno del país.

La Estación del Tren Hoja Blanca es una parada intermedia en el recorrido Ibarra – Salinas de la ruta ferroviaria "Tren de la Libertad". Es un punto estratégico de acceso a la ciudad del conocimiento, al cual acuden gran cantidad de turistas nacionales e internacionales.

La Estación se compone de varios espacios:

- Punto de recepción: consiste en el ingreso a la estación en el cual se encuentra una maqueta de la ciudad Yachay, en la cual se puede apreciar todo el proyecto.

- Yachay Store: está ubicado a la derecha del punto de recepción, y constituye el almacén de artículos de Yachay, en el cual se pueden adquirir una variedad de los mismos. En este punto se encuentran ubicados dos quioscos tecnológicos, mismos que permiten interactuar a los visitantes mientras reciben información de Yachay.

- Bar: está ubicado en la parte posterior de la estación, en el cual se pueden adquirir varios snacks así como degustar de deliciosos helados de paila.

- Miradores y Jardín de plantas nativas: Las personas pueden conocer valores culturales, medicinales y naturales de la diversidad de plantas que cuenta el atractivo.

- Área de descanso

Al ser parte de la ruta ferroviaria "Tren de la Libertad", tiene un alto nivel de atractivo turístico a nivel nacional e internacional. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Línea de Producto: Ciudad Aventura

Producto: Cabalgatas

Dentro de la oferta recreacional existe la opción de alquilar caballos a través de una de las Asociaciones que funcionan en la Ciudad del Conocimiento, los recorridos se dan en senderos de la ciudad o también existe una pista de obstáculos para su uso.

Producto: Camping

Yachay cuenta con un área donde vivir la experiencia del camping, en un ambiente rodeado de naturaleza y tranquilidad, cuenta con una zona asignada para esta actividad en la Hacienda San Eloy, donde existen espacios para armar tu fogata, contar historias y compartir momentos con familia o amigos.

Línea de Producto: Ecológica

Producto: Ciclo Ruta del Conocimiento

Para las preferencias deportivas y de distracción al aire libre, la Ruta del Conocimiento, comprende la delimitación de un tramo de 18 km aproximadamente en un tipo de terreno lastrado y empedrado, cuyo inicio y fin es en la "Y" de las residencias estudiantiles de la

Universidad Yachay Tech. La ruta recorre varios lugares con alto contenido natural, cultural y patrimonial, siendo un gran atractivo para el turista por el alto nivel de experiencia que vive al desarrollar la misma. El nivel de intensidad de la ruta es medio, teniendo una duración de entre 2 a 3 horas en bicicleta, atravesando alturas mínimas de 1.819m y máximas de 2.083m. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Car Sharing movilidad eco amigable

Yachay al ser una ciudad ecológica, implementó un sistema de auto compartido en la Ciudad del Conocimiento, a través de un convenio de cooperación con la empresa Toyota Tsusho del Ecuador S.C.C. para poner a prueba sus vehículos modelo COMS con la intención de desarrollar a futuro, proyectos de movilidad eco amigable con el ambiente, promoviendo el uso de tecnologías limpias para la movilización, mediante el uso de vehículos micro-electrónicos bajo la modalidad de *car sharing* controlados por un sistema inteligente y control de tráfico.

Los visitantes tendrán la oportunidad de conocer y mirar cómo funcionan los vehículos eco amigables dentro de la ciudad. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Línea de Producto: Ciudad Cultural

Producto: Centro Cultural la Voladora

La Voladora es un centro cultural que cuenta con talleres permanentes de circo, danza, música y capoeira, en horario de martes a sábado de 9:00 a 17:00, dirigidos para toda la comunidad. Con esto se busca fortalecer la relación entre Yachay EP y la comunidad local y de sus alrededores, dándoles una alternativa de orden creativo, sensible a las costumbres y tradiciones de la zona. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Comunidad

Varias comunidades con sus tradiciones y costumbres se asientan en Yachay y Urcuquí, las mismas que por su diversidad y cultura son un importante atractivo para el sector turístico.

La cultura del cantón se enriquece aún más con la presencia de estos pequeños asentamientos indígenas, los cuales comparten su cultura a través de diferentes actividades como son: los bailes de San Juan y San Pedro en agradecimiento a la Pacha Mama por la abundante cosecha, además la mayor parte de las mujeres indígenas son mujeres hábiles en el bordado a mano, característico del sector.

Descripción de algunas comunidades:

- **Comunidad de Iruguincho,** se encuentra localizada en la parroquia de San Blas, donde podemos evidenciar pequeñas familias que conservan la vestimenta ancestral de los indígenas.
- **Comunidad de Tapiapamba,** se encuentra en la cabecera cantonal y la mayor parte de su población es de raza afrodescendientes, esta comunidad se dedica a la agricultura especialmente al cultivo de tomate, pimiento, y caña de azúcar, su música bomba es identificada en la región es un baile característico de esta comunidad, donde la habilidad de los hombres y mujeres se demuestran al mover sus caderas al ritmo de cada canción. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Línea de Producto: Ciudad Tecnológica

Producto: Centro de emprendimiento

Yachay cuenta con un centro de emprendimiento, que se consolida en un espacio para el desarrollo de proyectos innovadores, de base tecnológica, dentro del centro se encuentran las siguientes áreas de emprendimiento:

- **CoWorking:** área de trabajo conjunto, espacio abierto donde el emprendedor/a puede mantener reuniones, planificar, crear, trabajar en un ambiente informal que motiva abrir oportunidades a través de conversaciones y compartir junto a otros emprendedores.
- **Galpones:** Serán destinados a la instalación de empresas de base tecnológica y con gran potencial de crecimiento, donde se hace producción y distribución de productos.
- **Incubadoras:** espacios donde el emprendedor ingresa con su idea y después de algún tiempo sale con una empresa formada y en funcionamiento. Recibe capacitación, asesoría, acompañamiento y otros apoyos que le permiten ingresar al mercado.
- **Sala Inteligente:** salas de reuniones privadas equipadas con alta tecnología de comunicación.
- **Casas Restauradas:** oficinas administrativas, auditorios, espacios abiertos de coworking. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: FabLab

Es un laboratorio de prototipado y fabricación digital donde, con la ayuda de equipos de última generación, puedes materializar tus propuestas de productos.

En esta área se realiza impresión de prototipos, realización de pruebas, estudios, investigaciones, producción inicial y de experimentación antes de ser lanzados al mercado en forma masiva. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

- *Tour de Innovación:* Experiencia vivencial de **8 horas** de formación teórica-práctica a través de un tour que te permitirá tener un primer acercamiento con el mundo del emprendimiento y la innovación en Yachay. Este programa está dirigido a estudiantes de escuelas, colegios, universidades, comunidades emprendedoras y público en general. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Producto: Oficinas de Transferencia Tecnológica (TT1)

Yachay cuenta con oficinas corporativas inteligentes para que las empresas instalen sus actividades de desarrollo tecnológico en la Ciudad del Conocimiento. Las instalaciones del parque tecnológico de Yachay cuentan con: seguridad informática, inteligencia artificial, analítica de datos. Estas instalaciones contarán con la presencia de empresas nacionales y multinacionales. (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Línea de Producto: Ciudad Científica

Producto: Investigación y cooperación científica entre instituciones académicas nacionales y extranjeras.

Una propuesta de que se realicen intercambios de profesionales extranjeros para que desarrollen investigación con estudiantes nacionales en las áreas potenciales como Biología, Arqueología, Geología y de esta forma promover la generación de estudios y bases de datos, además del consumo turístico de los involucrados.

4.2.1.3 Marca

La marca establecida para Yachay Ciudad del Conocimiento, de acuerdo al manual de imagen institucional de la empresa es la siguiente:

Figura 58. Logotipo

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

La marca está compuesta por un isotipo (parte izquierda) y un tipograma que muestra la frase CIUDAD DEL CONOCIMIENTO.

El eje conceptual de este logotipo representa la conectividad e interrelaciones de la dinámica urbana entre los actores de la ciudad: Gobierno, Academia, Industria Privada y Comunidad.

El uso de este logotipo es de carácter obligatorio en todas las piezas de comunicación interna y externa (Empresa Pública Yachay, 2015)

De acuerdo a la normativa institucional de la empresa no se pueden crear otros logotipos diferentes al aprobado para áreas de la empresa, sin embargo, de acuerdo a la Dirección de Comunicación de la empresa, existe la opción de desarrollar submarcas para proyectos potencia dentro de la ciudad.

El desarrollo turístico de Yachay es un proyecto en potencia, en el cual es factible la creación de una submarca para el desarrollo de la campaña de comunicación.

4.2.1.4 Desarrollo de Submarca

Para el desarrollo de la submarca de la campaña de turismo, se tomaron en cuenta las líneas temáticas de las líneas de producto y se aplicó la psicología cromática siguiendo los lineamientos del Manual de Imagen Institucional.

Figura 59. Psicología Cromática

Fuente: Dirección de Comunicación Yachay E.P., 2015

Adicional se tomó en cuenta la información obtenida de la investigación cualitativa, dando como resultado claquetas con las 5 temáticas de la campaña.

Figura 60. Submarca campaña de turismo Yachay E.P.

Fuente: Dirección de Comunicación Yachay E.P., 2015

Esta imagen desea comunicar la invitación para que las personas vivan la experiencia de una ciudad en construcción que tiene acceso a varias atracciones centradas en historia, cultura, recreación, investigación y aprendizaje. Debido a que no existe un conocimiento se la plantea como una ciudad o una aventura por descubrir.

4.2.1.5 Posicionamiento

Un posicionamiento es la forma en que se percibe una marca en las mentes de clientes potenciales. Una declaración de posicionamiento, por el contrario, expresa cómo desea ser percibido por los clientes. (Beckwith, 2000).

De acuerdo al plan maestro, el posicionamiento de la ciudad se plantea de la siguiente manera:

- Dentro del Ecuador

  La Ciudad del Conocimiento "YACHAY" será vista en el Ecuador como la ubicación premier para la excelencia académica. Será una comunidad planificada que tiene componente universitario como una de sus anclas. Brindará facilidades de Clase educacional mundial las cuales serán soportadas por el campus, aulas, laboratorios de investigación y residencias. Con un fuerte vínculo con las empresas de localización y los institutos gubernamentales que reubicarán a la Ciudad del

Conocimiento “YACHAY”, la universidad será la encargada de coordinar las investigaciones tales como la agricultura, la bio tecnología y las ciencias aplicadas.

Sera interesante para las mentes académicas más brillantes en el Ecuador reubicarse en la Ciudad del Conocimiento “YACHAY”, dado a la disponibilidad de investigación y clusters con ideas a fines.

- Global Regional

Mientras que la universidad inicialmente estará atraída al mercado interior, eventualmente construirá su reputación en la excelencia de educación. La atracción de estudiantes y profesionales académicos desde la región inmediata y en el extranjero será la disponibilidad de la investigación de subvenciones, becas académicas y campus universitarios de primera clase. La Ciudad del Conocimiento “YACHAY” no tratará de ofrecer todos los cursos universitarios. En vez de eso se enfocará en los sectores claves como la vida y la ciencia física. Por lo tanto no competirá con instituciones más grandes de Latino América; pero, ofrecerá una mezcla de educación, investigación, innovación y eventualmente integración con la producción.

El posicionamiento actual de Yachay Ciudad del Conocimiento es: “Una universidad”. Este posicionamiento se ha generado por la comunicación que se manejó desde la creación del proyecto, tanto de la empresa como de los entes gubernamentales, respecto a la Universidad Yachay Tech, que si bien es cierto, es el corazón de la ciudad, no es todo lo que integra el territorio que ocupa Yachay.

4.2.1.6 Declaración de posicionamiento

Luego de haber realizado un estudio cualitativo con los actores involucrados en el desarrollo de la ciudad, se presentó los resultados a la Dirección de comunicación, incluyendo la propuesta de una declaración de posicionamiento, la cual fue sometida a evaluación y criterio del Director de Tesis, que cumple la función de Director de

Atracción de Inversiones de la empresa y se ha establecido que la declaración de posicionamiento para la Ciudad, es:

Yachay, es la primera ciudad planificada del Ecuador, para todos los ciudadanos ecuatorianos y extranjeros interesados en conocer, aprender y vivir el desarrollo de un gran proyecto que refleja vida, innovación y desarrollo sostenible, lo que lo convierte en una ciudad patrimonial, ecológica, cultural y tecnológica, la única que ofrece una integración de actores académicos, productivos, públicos y comunitarios en un mismo lugar.

4.2.2 Precio

Para visitar la Ciudad del Conocimiento la entrada es gratuita, es decir, es libre de cualquier costo que pueda requerir un intermediario o lugareños por la visita a las instalaciones e infraestructuras instaladas.

En este estudio se recomienda que las actividades de visita se mantengan de manera gratuita al público, debido a que el interés actual es dar a conocer a la Ciudad, y como no se encuentra posicionada, ni es conocida en un contexto integral, el establecer un precio sería una barrera para los visitantes en su decisión de visitar Yachay o cualquier otro punto turístico.

Lo que sí se recomienda, es promocionar dentro del territorio, actividades comerciales de locales y oferta actual como los restaurantes, tienda Yachay store, y las que se vayan implementando, para dinamizar el comercio interno de la ciudad.

Una sugerencia además sería el cobro de una tarifa para las agencias que lleguen a la ciudad con turistas y que cobrar por sus recorridos.

4.2.3 Plaza

Cantón San Miguel de Urcuquí, donde se encuentra localizada la ciudad del Conocimiento.

4.2.4 Promoción

4.2.4.1 Material de Promoción

Para la campaña de comunicación propuesta en este plan se han desarrollado piezas promocionales que incluyen la temática de las líneas de producto y las imágenes que identifican a los atractivos de la ciudad, obteniéndose los siguientes resultados:

- Afiches y postales promocionales

  Este material será utilizado en los medios de comunicación tanto impresos como digitales.

  Ciudad Ecológica

Figura 61. Yachay Ciudad Ecológica

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Figura 62. Yachay Car Sharing

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Ciudad Verde

Figura 63. Yachay Ciudad Verde

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Ciudad Aventura

Figura 64. Yachay Ciudad Aventura

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Ciudad Cultural

Figura 65. Yachay Ciudad Cultural

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Ciudad Patrimonial

Figura 66. Yachay Ciudad Patrimonial

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

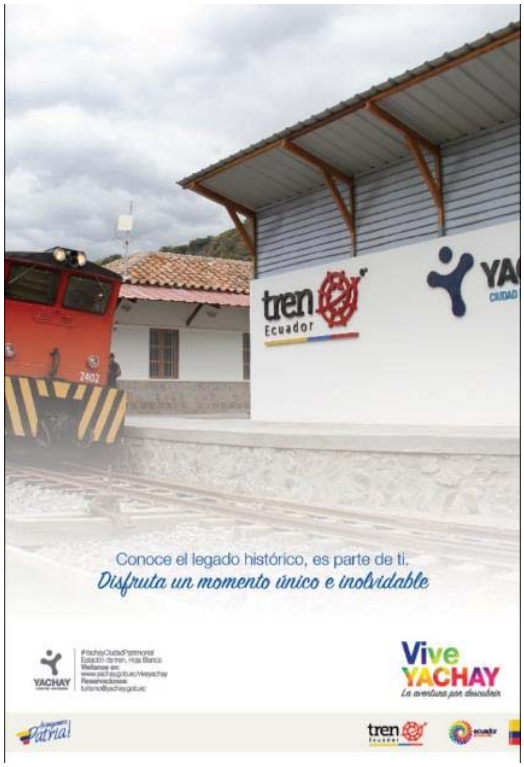


Figura 67. Yachay Estación Hoja Blanca

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

- Video Promocional

  Realizado en base a la línea promocional desarrollada, se elaboró en conjunto con la Dirección de Comunicación un video promocional.

  Link Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=rGDIRSgbngI

- Catálogo Turístico

  Folleto que incluya información turística de la ciudad, con el objetivo de describir cada atractivo de Yachay y promover la campaña Vive Yachay.

Figura 68. Catálogo Turístico

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

- Página Web

TURISMO
Inicio
Introducción
Cómo llegar
Distancias, rutas, tiempos
Infografías
Planea tu visita
Yachay Turismo en un Vistazo
Atracciones
Facilidades
Reserva tu visita
Yachay Store
FAQ's
Turismo News
Eventos
Noticias
Álbum Yachay
Fotos
Video
Información Turística Complementaria
Alojamiento
Gastronomía

Figura 69. Propuesta de Estructura página web

Figura 70. Propuesta Sitio Web Yachay Turismo

4.2.4.2 Medios de promoción digitales

- Website: http://www.ciudadyachay.com/

- Canal de Video: Youtube.

- Redes sociales: Facebook, Twitter, Fr: Elaboración de un calendario mensual con contenidos para posteos, publicaciones, reportajes, brandeo digital, según campaña de turismo.

- Catálogo digital Vive Yachay.

- App Móvil: desarrollo de una aplicación móvil que brinde una respuesta Geo referenciada de los atractivos turísticos de Yachay, de manera que el turista pueda conocer, identificar el lugar y visitarlo.

4.2.4.3 Medios de promoción tradicionales

Agencias de Viajes

Realizar presentaciones en agencias con la propuesta de incluir los atractivos turísticos a través de la campaña Vive Yachay.

Prensa

Invitación a medios de comunicación a recorrido turístico completo, redacción de noticias y difusión para free press.

Canales de Televisión:

- Gamavisión
- TC televisión,
- Ecuador TV

Radio emisoras

- Radio Pública
- TC Radio
- Radio Súper K

Prensa Escrita

- El Telégrafo
- El Ciudadano

En el caso de la prensa tanto de medios públicos y privados, se invitará a realizar recorridos de free press respecto a temas que no se conocen de la ciudad, las propuestas estarán basadas en temáticas que reflejen el trabajo de la ciudad, sus integrantes, su reseña histórica y datos interesantes que no se han difundido.

Temáticas:

- Descubre los secretos de Yachay: los secretos que guarda la ciudad como su historia, su legado arqueológico, etc.
- Momentos con los miembros de la empresa: los lugares favoritos de sus integrantes, su gestión en la construcción de la ciudad.
- Un día en la Construcción de la Ciudad del Conocimiento: el antes y el después de la ciudad, su avance en infraestructura, en implementación de programas, creación de espacios verdes, etc.

4.2.4.4 Presencia corporativa y promocional

- Eventos Turísticos: Ferias y exposiciones, coordinar con el Ministerio de Turismo – Construir stand tipo basado en la campaña.
- Actividades Deportivas: ciclo paseo, Chaquiñán, Bicentenario, Metropolitano.
- Centros Comerciales: Laguna mall, stand con información.

- Empresas privadas que se encuentran instaladas en Yachay, intercambio de publicidad.
- Folleto de Turismo en aerolíneas: TAME.

4.2.4.5 Material impreso

- Mapas que incluyan las rutas turísticas
- Postales coleccionables informativas
- Trípticos promocionales de cada atracción
- Catálogo

4.2.5 Personal

Tabla 25. Personal Turístico

PERSONAL TURÍSTICO				
CANTIDAD	REQUERIMIENTO	LUGAR DE IMPLEMENTACIÓN	RECURSOS	OBSERVACIONES
2	GUÍAS TURÍSTICOS	Puntos informativos Tours guiados	Personal con conocimientos de turismo y del área de influencia de la actividad turística	Al momento se cuenta solamente con 3 guías, personal que no abastecerá para el desarrollo de las actividaes y tours que se implementarán en la ciudad del conocimiento Yachay
2	PERSONAL DE APOYO	Elaboración y seguimiento a la implementación de las actividades turísticas	Personal con estudios finalizados de colegio	

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Tabla 26. Necesidades personal turístico

CAPACITACIÓN TURÍSTICA				
CANTIDAD	CAPACITACIÓN REQUERIDA	LUGAR DE DESARROLLO	RECURSOS	OBSERVACIONES
1	INGLÉS	Centro de Emprendimiento	Universidad YACHAY MINTUR	Facilidad de implementar la capacitación en idioma inglés para los guías de turismo en la empresa. Se cuenta al momento con 3 guías que deben ser capacitados
1	ATENCIÓN AL CLIENTE / TURISTA	Centro de Emprendimiento	MINTUR	Se requiere dar capacitación sobre la atención al turista a todos los actores involucrados en el desarrollo turístico de la ciudad, como son: guías, asociaciones, comunidades, entre otros.
1	CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE TURISMO	Universidad Yachay	MINTUR	Se requiere dar capacitación sobre conocimientos básicos de turismo a todos los actores involucrados en el desarrollo turístico de la ciudad, como son: guías, asociaciones, comunidades, entre otros.

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Esta propuesta de comunicación se desarrolló durante el periodo 2015 – 2016, por lo que se tomaron en cuenta algunas de las propuestas para su implementación como:

- El desarrollo de la compaña Vive Yachay, se lanzó esta campaña de manera interna para los funcionarios de la empresa, ya que se quiso comenzar fortaleciendo el posicionamiento interno para que los funcionarios sean embajadores de la marca y los conceptos de la ciudad.

- Se utilizaron las imágenes desarrolladas en conjunto con la Dirección de comunicación para varias publicaciones internas y externas principalmente en redes sociales.

- Video Promocional, se lo publicó en el canal de Youtube de la empresa.

Dentro de lo que no se ha implementado, ha sido la propuesta de una página web exclusiva de turismo y lo que se está proponiendo implementar son los recorridos de free press para el conocimiento de la ciudad.

CAPÍTULO V

5 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Tabla 27. Cronograma de Implementación de acuerdo a presupuesto

PROYECTO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	PARTIDA PRESUPUESTARIA	CRONOGRAMA 2017											
				ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
2.2.5 Desarrollo de turismo	2.2.5.2 Promoción turística de la CCY	2.2.5.2.10 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Producción de piezas promocionales audiovisuales	730204 - Edición, Impresión, Reproducción, Publicaciones, Suscripciones, Fotocopiado, Traducción, Empastado, Enmarcación, Serigrafía, Fotografía, Carnetización, Filmación e Imágenes Satelitales												
		2.2.5.2.11 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al trade (canal de comercialización - operadores y agentes de viajes) - Material impreso	730204 - Edición, Impresión, Reproducción, Publicaciones, Suscripciones, Fotocopiado, Traducción, Empastado, Enmarcación, Serigrafía, Fotografía, Carnetización, Filmación e Imágenes Satelitales												
		2.2.5.2.12 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Material impreso	730204 - Edición, Impresión, Reproducción, Publicaciones, Suscripciones, Fotocopiado, Traducción, Empastado, Enmarcación, Serigrafía, Fotografía, Carnetización, Filmación e Imágenes Satelitales												
		2.2.5.2.13 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Campaña promocional	730218 - Publicidad y Propaganda en Medios de Comunicación Masiva												
		2.2.5.2.14 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Eventos deportivos	732017 - Difusión e Información												
		2.2.5.2.15 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Elaboración de material promocional (incluido uniformes para guías) y POP	730824 - Insumos, Bienes y Materiales para la Producción de Programas de Radio y Televisión; Eventos Culturales; Artísticos; y, Entretenimiento en General												

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

Tabla 28. Cronograma de Implementación de actividades

Actividad	Año 2017											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Redes Sociales												
Catálogo Digital Vive Yachay												
App Móvil												
Promoción en agencias de viaje												
Free Press												
Televisión												
Radio												
Ferias turísticas nacionales				Pichincha								Imbabura
Ciclo Paseo, Chaquiñán, Bicentenario - Quito												
Intercambio de publicidad con empresas instaladas												
Folleto Turístico en aerolínea TAME												

CAPÍTULO VI

6 PLAN FINANCIERO E INDICADORES DE GESTIÓN

6.1 PRESUPUESTO

El desarrollo turístico está dentro de los proyectos que la empresa Yachay E.P. tiene planificado implementar, donde existe el componente Promoción turística de la Ciudad del Conocimiento Yachay, mismo que integra actividades con asignación de partidas presupuestarias para los presupuestos requeridos.

Para este estudio y la implementación de las actividades propuestas, se recomienda utilizar la proforma presupuestaria elaborada por el área de turismo para el año 2017, la cual está en proceso de aprobación por parte del Ministerio de Finanzas y se propone de la siguiente manera:

Tabla 29. Proforma presupuestaria desarrollo turístico 2017

PROYECTO	COMPONENTE	ACTIVIDAD	PARTIDA PRESUPUESTARIA	2017
2.2.5 Desarrollo de turismo	2.2.5.2 Promoción turística de la CCY	2.2.5.2.10 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Producción de piezas promocionales audiovisuales	730204 - Edición, Impresión, Reproducción, Publicaciones, Suscripciones, Fotocopiado, Traducción, Empastado, Enmarcación, Serigrafía, Fotografía, Carnetización, Filmación e Imágenes Satelitales	8.000,00
		2.2.5.2.11 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al trade (canal de comercialización - operadores y agentes de viajes) - Material impreso	730204 - Edición, Impresión, Reproducción, Publicaciones, Suscripciones, Fotocopiado, Traducción, Empastado, Enmarcación, Serigrafía, Fotografía, Carnetización, Filmación e Imágenes Satelitales	5.000,00
		2.2.5.2.12 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Material impreso	730204 - Edición, Impresión, Reproducción, Publicaciones, Suscripciones, Fotocopiado, Traducción, Empastado, Enmarcación, Serigrafía, Fotografía, Carnetización, Filmación e Imágenes Satelitales	5.000,00
		2.2.5.2.13 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Campaña promocional	730218 - Publicidad y Propaganda en Medios de Comunicación Masiva	60.000,00
		2.2.5.2.14 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Eventos deportivos	732017 - Difusión e Información	20.000,00
		2.2.5.2.15 Ejecución de acciones promocionales dirigidas al consumidor final - Elaboración de material promocional (incluido uniformes para guías) y POP	730824 - Insumos, Bienes y Materiales para la Producción de Programas de Radio y Televisión; Eventos Culturales; Artísticos; y, Entretenimiento en General	20.000,00
TOTAL				118.000,00

Fuente: (Empresa Pública Yachay, s.f.)

6.2 INDICADORES

Tabla 30. Indicadores

INDICADOR	PERIODICIDAD	OBSERVACIONES
Top of Mind	Anual	No ha sido medido, sin embargo, se recomienda medirlo luego de la implementación de la campaña y darle seguimiento
Tasa de visitas locales y extranjeras	Mensual	Se recomienda implementar un sistema electrónico, ya que actualmente el registro se lo realiza de manera manual, con mayor probabilidad de erros
Tráfico Web (Facebook y Twitter)	Mensual	Asignación de seguimiento al community manager de la empresa
Actividades comerciales dentro de la ciudad	Semestral	Evolución en ventas

CAPÍTULO VII

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- La comunicación respecto a la Ciudad del Conocimiento Yachay, se ha centrado en los avances y noticias que ha generado la universidad Yachay Tech a la cual ubican como la única institución que funciona en todo el espacio asignado para la Ciudad, estos mensajes de comunicación, se han dado tanto por parte de la prensa pública como privada.

- El área turística de Yachay, a través de una oferta estructurada, será un medio para promocionar la ciudad y comunicar el verdadero posicionamiento que la Empresa Pública Yachay E.P. desea darle.

- Dentro de los recorridos turísticos se debe hacer énfasis en la diferencia entre la Universidad y su actividad y la Ciudad del Conocimiento en su concepto integral

- En vista de que este proyecto no se enfoca en fines de lucro sino más bien en objetivos de comunicación y posicionamiento, los indicadores de gestión recomendados son: el top of mind (realizar un estudio adicional), frecuencia de visitas, tráfico en las redes sociales y evolución económica en el mercado interno (negocios instalados en la ciudad).

7.2 RECOMENDACIONES

- Implementar un plan agresivo de comunicación en base a la información levantada en este estudio.

- Continuar con el diseño de líneas de productos, de acuerdo a los atractivos nuevos que se vayan implementando en la ciudad.

- Generar un seguimiento y control de los indicadores de gestión para tener medidas precisas respecto a la evolución del turismo en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aaker, D., & Day, G. (2007). *Investigación de Mercados.* México D.F., México: McGraw-HIll.

2. Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Estrategias del Marketing.* México D.F., México: McGraw-Hill.

3. Beckwith, H. (2000). *Selling the Invisible.* Grand Central Publishing.

4. Empresa Pública Yachay. (2015). *Manual de Imagen Institucional*.

5. Empresa Pública Yachay. (s.f.). *¿Qué es Yachay?* Recuperado el 21 de enero de 2016, de http://www.yachay.gob.ec/yachay-la-ciudad-del-conocimiento/

6. Empresa Pública Yachay. (s.f.). *Turismo Yachay*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de http://www.yachay.gob.ec/turismo-yachay/

7. Escuela Politécnica Nacional. (s.f.). *Centros*. Recuperado el 1 de julio de 2016, de http://www.epn.edu.ec/unidades-academicas/centros/

8. GAD Provincial de Imbabura. (2016). *Imbabura.* Ibarra: Prefectura de Imbabura.

9. Hilton Head Island-Bluffton Chamber of Commerce's. (2013). *Buffton Marketing Plan.* Carolina del Sur: Hilton Head Island-Bluffton Chamber of Commerce's.

10. Keller, K., & Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing.* México D.F., México: Pearson Educación.

11. Ministerio de Turismo. (2014). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf

12. Ministerio de Turismo. (2016). *Boletin de Estadisticas Turisticas.* Quito: Direccion de Inteligencia de Mercados del Ecuador.

13. Ministerio de Turismo. (2016). *Boletín de Estadisticas Turísticas: Dirección de Inteligencia de Mercados del Ecuador*.

14. Ministerio de Turismo. (2016). *Movimientos Migratorios por Mercado*. Recuperado el 25 de junio de 2016, de http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/movimientos-migratorios-por-mercado/2

15. Universidad San Francisco de Quito. (s.f.). *Institutos de Investigación*. Recuperado el 1 de julio de 2016, de http://www.usfq.edu.ec/investigacion_y_creatividad/institutos_de_investigacion/Paginas/default.aspx

16. Universidad Técnica del Norte. (s.f.). *Centro de Investigación CUICYT*. Recuperado el 1 de julio de 2016, de http://www.utn.edu.ec/web/uniportal/?page_id=2366

17. Yachay E.P. (2016). *Yachay La Ciudad del Conocimiento*. Recuperado el 10 de marzo de 2016, de http://www.yachay.gob.ec/yachay-la-ciudad-del-conocimiento/

ANEXOS

ANEXO 1: Cuestionario investigación Cualitativa

Yachay – Ejercicio Visionario

- Cierre sus ojos e imagine caminar en Yachay Ciudad del Conocimiento luego de 15 años

1. ¿Qué es lo que ves?

_____

_____

_____

2. ¿Qué es lo que escuchas?

_____

_____

_____

3. ¿Cómo se ven las construcciones?

_____

_____

_____

4. ¿Dónde se reúne la gente?

_____

_____

_____

5. ¿Cómo se movilizan?

_____

_____

_____

6. ¿En qué trabajan?

_____

_____

_____

7. ¿Cuál es el centro o el Downtown de la Ciudad?

_____

_____

_____

8. ¿Qué es lo que sientes caminando en sus calles?

_____

_____

_____

Actividad

Fecha: _____

- Por favor escribe un slogan y diseña un logo para Yachay!

Slogan para Yachay

Logo para Yachay

ANEXO 2: Documentos habilitantes para la elaboración de la tesis

YACHAY
CIUDAD DEL CONOCIMIENTO

ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD No. DTH-001-2016

COMPARECIENTES:

Comparece a la suscripción del presente Acuerdo de Confidencialidad, la Ing. Pasquel Calderón María Isabel, servidora de la Gerencia de Desarrollo Industrial y Productivo y estudiante de la Maestría en Marketing en la Universidad Internacional del Ecuador, a quien se le denominará la Parte Receptora; quien libre y voluntariamente, acuerda suscribir el presente instrumento, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

1.1. El numeral 2 del Art. 18 de la Constitución de la República establece el derecho de las personas, en forma individual o colectiva de acceder a la información generada en entidades públicas, excepto en los casos expresamente establecidos en la ley;

1.2. El artículo 4 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas señala que las empresas públicas pertenecen al Estado, tienen la calidad de personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión, en concordancia con el Art. 20 del mismo cuerpo legal establece el principio de confidencialidad en la información comercial, empresarial y en general, aquella información, considerada por el directorio de la empresa pública como estratégica y sensible a los intereses de ésta, desde el punto de vista tecnológico, comercial y de mercado, la misma que goza de la protección del régimen de propiedad intelectual e industrial de acuerdo a los instrumentos internacionales y la Ley de Propiedad Intelectual, con el fin de precautelar la posición de las empresas en el mercado;

1.3. La Empresa Pública "YACHAY E.P.", creada mediante Decreto Ejecutivo Nro. 1457, publicado en el Registro Oficial Nro. 922 de 28 de marzo de 2013, con domicilio en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura, tiene como objeto el desarrollo de actividades económicas relacionadas con la administración del Proyecto Ciudad del Conocimiento YACHAY;

1.4. Mediante Resolución Nro. 01-DIR-YACHAY EP-2013 de 28 de marzo del 2013, el Directorio de "YACHAY E.P.", designó como Gerente General al Msc. Héctor Eduardo Rodríguez Chávez, para que ejerza la representación legal, judicial y extrajudicial de la institución;

1.5. Mediante Oficio S/N de 18 de enero del 2016, la Ing. Pasquel Calderón María Isabel, solicita al Msc. Héctor Rodríguez, Gerente General de la Empresa Pública YACHAY E.P., *"...se me autorice realizar mi proyecto en el área de turismo de Yachay Ciudad del Conocimiento y acceder a la información que contribuya a la elaboración de este trabajo ..."*.

1.6. Mediante sumilla Inserta en el oficio s/n de 18 de enero del 2016, el Gerente General autoriza y dispone continuar el trámite.

1.7. La Norma Interna de Administración del Talento Humano de la Empresa Pública "YACHAY E.P.", determina en el Art 4. DE LA AUTORIDAD NOMINADORA.-... La gestión de Talento Humano conforme a la estructura orgánica de la Empresa la

Av. Amazonas N26 146 y La Niña
Tel: + (593) 3949100
Quito - Ecuador
www.yachay.gob.ec

realizará la Gerencia Administrativa Financiera, a través de la Dirección de Talento Humano....

1.8. Mediante contrato de servicios ocasionales No. CSO-2015-196, la Empresa Pública Yachay EP, contrata a la Ing. Pasquel Calderón María Isabel, en calidad de Analista de atracción de inversión, bajo la modalidad de servicios ocasionales desde 01 de agosto de 2015 al 31 de diciembre de 2015; y, conforme al requerimiento de la Gerente de área este contrato fue renovado por el año 2016.

1.9. La Empresa Pública YACHAY EP, en cumplimiento de su misión institucional requiere que la información que se intercambia entre la Empresa y sus servidores, sea manejada con la debida reserva, evitando cualquier tipo de filtración por cualquier medio, sea documental, electrónico, telefónico o telemático.

SEGUNDA.- INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Para efectos de este Acuerdo se entiende por información confidencial y extremadamente sensible, todos los hechos o antecedentes que no han sido divulgados de manera oficial por YACHAY E.P., relacionados a la Empresa Pública, así como de los programas o proyectos que serán implementados en la Ciudad del Conocimiento YACHAY y a los cuales la Parte Receptora tendrá acceso o conocimiento durante la vigencia de este Acuerdo, ya sea directa o indirectamente, por escrito o por reconocimiento de objetos tangibles e intangibles, incluyendo, pero no limitándose a: información reservada, datos técnicos, secretos comerciales o know-how (incluyendo, pero no limitándose a: investigación, planes de producto, productos, servicios, mercados, obras de autoría original, fotografías, negativos, imágenes digitales, software, programas de computador, código fuente, código objeto, ideas, invenciones (patentables o no), procesos, fórmulas, tecnología, diseños, dibujos, ingeniería, información de configuración de hardware, documentos financieros o de marketing, métodos promocionales, volúmenes de ventas, clientes, listas de nombres de proveedores y vendedores, y otros datos técnicos, comerciales, financieros, planes de desarrollo de productos y clientes, pronósticos, estrategias, políticas de precios, oportunidades de negocios, asociaciones estratégicas y alianzas).

La Parte Receptora se compromete directa o indirectamente a no realizar lo siguiente: (i) utilizar la Información Confidencial de YACHAY E.P. para cualquier propósito que no esté debidamente autorizada por la Empresa Pública, (ii) divulgar o revelar la Información Confidencial de YACHAY E.P., o (iii) permitir que la Información Confidencial sea divulgada o revelada, examinada o copiada por cualquier tercero. La Parte Receptora se compromete a adoptar todas las medidas razonables necesarias para proteger el sigilo y evitar la divulgación, el uso no autorizado o publicación de ningún tipo, de la Información Confidencial de YACHAY E.P., sin la autorización de la Empresa Pública. La Parte Receptora notificará inmediatamente a YACHAY E.P. en el evento del conocimiento de cualquier uso o divulgación no autorizada de la Información Confidencial de la Empresa Pública. En cualquier caso, la Parte Receptora será responsable del incumplimiento a este Acuerdo, en cuyo caso YACHAY E.P. tomará todas las medidas razonables, incluyendo, pero no limitándose a iniciar procedimientos administrativos, judiciales o hasta penales.

TERCERA.- PROPIEDAD DE LA INFORMACIÓN CONFIDENCIAL:

Av. Amazonas N26-148 y La Niña
Tel: + (593) 3949100
Quito - Ecuador
www.yachay.gob.ec

La Empresa Pública "YACHAY E.P." podrá divulgar o entregar determinada información técnica y/o comercial de carácter confidencial que requiere que la Parte Receptora la trate como confidencial, la cual se compromete a mantener y tratar tal información confidencial de conformidad con el presente Acuerdo.

La información confidencial de "YACHAY E.P." que será entregada a la Parte Receptora, así como todos los derechos sobre la misma permanecerá como de propiedad de la Empresa Pública. La Parte Receptora no obtendrá derecho alguno, de ningún tipo, sobre la información, ni adquirirán derechos de utilizarlas, excepto para el cumplimiento del objeto del presente Acuerdo. La divulgación de la información confidencial de "YACHAY E.P." no implica licenciamiento de derechos de autor o patentes, ni ningún otro derecho a la Parte Receptora, que no sean los establecidos en el presente instrumento.

CUARTA.- OBJETO:

El objeto del presente Acuerdo es fijar los términos y condiciones bajo los cuales la Parte Receptora mantendrá toda la información confidencial y extremadamente sensible, relacionados a la Empresa Pública, así como de los programas o proyectos que serán implementados en la Ciudad del Conocimiento YACHAY, que la Empresa Pública Yachay EP proporcionará o a la cual tengan acceso la Parte Receptora, por medio de la Gerencia de Desarrollo Industrial Productiva y la Dirección de Comunicación.

Las Partes exponen que el o los proyectos a desarrollarse pueden involucrar divulgación escrita o verbal a la Parte Receptora, la que puede incluir, pero que no se limita a: información técnica, tecnológica o financiera, planes de negocios, dibujos, ejemplos y prototipos de artefactos, demostraciones, secretos comerciales, sistemas de computación y software, análisis, diseños, grabaciones, archivos, mapas, informes técnicos, cronogramas, resultados de investigaciones, listas de clientes y otros datos relacionados, que pudieren producirse verbal, visualmente, o mediante demostraciones o cualquier otro medio, tanto en forma de modelos y/o formatos de archivos electrónicos u otro similar.

QUINTA.- OBLIGACIONES DE LA PARTE RECEPTORA:

Además de las obligaciones que emanan de la naturaleza del presente Acuerdo, la Parte Receptora estará obligada a:

a) Mantener la información confidencial en estricta reserva durante la vigencia del presente Acuerdo como después de su extinción y no difundir, transmitir, o revelar la información o dato a ninguna otra parte, sin el consentimiento previo escrito de la Empresa Pública Yachay EP, ni a utilizar tal información en interés propio o de sus familiares o amigos;

b) De ser necesario, instruir a los tutores, coordinadores o colaboradores de la Parte Receptora que recibe la información confidencial, que suscriban el correspondiente acuerdo de confidencialidad y de la obligación de recibir, tratar y usar la información confidencial para destinarla únicamente al propósito del Acuerdo, en los términos establecidos en el presente instrumento;

c) Divulgar la información confidencial únicamente a las personas autorizadas para su recepción; y,

Av. Amazonas N26-145 y La Niña
Tel: + (593) 3949100
Quito - Ecuador
www.yachay.gob.ec

La Empresa Pública "YACHAY E.P." podrá divulgar o entregar determinada información técnica y/o comercial de carácter confidencial que requiere que la Parte Receptora la trate como confidencial, la cual se compromete a mantener y tratar tal información confidencial de conformidad con el presente Acuerdo.

La información confidencial de "YACHAY E.P." que será entregada a la Parte Receptora, así como todos los derechos sobre la misma permanecerá como de propiedad de la Empresa Pública. La Parte Receptora no obtendrá derecho alguno, de ningún tipo, sobre la información, ni adquirirán derechos de utilizarlas, excepto para el cumplimiento del objeto del presente Acuerdo. La divulgación de la información confidencial de "YACHAY E.P." no implica licenciamiento de derechos de autor o patentes, ni ningún otro derecho a la Parte Receptora, que no sean los establecidos en el presente instrumento.

CUARTA.- OBJETO:

El objeto del presente Acuerdo es fijar los términos y condiciones bajo los cuales la Parte Receptora mantendrá toda la información confidencial y extremadamente sensible, relacionados a la Empresa Pública, así como de los programas o proyectos que serán implementados en la Ciudad del Conocimiento YACHAY, que la Empresa Pública Yachay EP proporcionará o a la cual tengan acceso la Parte Receptora, por medio de la Gerencia de Desarrollo Industrial Productiva y la Dirección de Comunicación.

Las Partes exponen que el o los proyectos a desarrollarse pueden involucrar divulgación escrita o verbal a la Parte Receptora, la que puede incluir, pero que no se limita a: información técnica, tecnológica o financiera, planes de negocios, dibujos, ejemplos y prototipos de artefactos, demostraciones, secretos comerciales, sistemas de computación y software, análisis, diseños, grabaciones, archivos, mapas, informes técnicos, cronogramas, resultados de investigaciones, listas de clientes y otros datos relacionados, que pudieren producirse verbal, visualmente, o mediante demostraciones o cualquier otro medio, tanto en forma de modelos y/o formatos de archivos electrónicos u otro similar.

QUINTA.- OBLIGACIONES DE LA PARTE RECEPTORA:

Además de las obligaciones que emanan de la naturaleza del presente Acuerdo, la Parte Receptora estará obligada a:

a) Mantener la información confidencial en estricta reserva durante la vigencia del presente Acuerdo como después de su extinción y no difundir, transmitir, o revelar la información o dato a ninguna otra parte, sin el consentimiento previo escrito de la Empresa Pública Yachay EP, ni a utilizar tal información en interés propio o de sus familiares o amigos;

b) De ser necesario, instruir a los tutores, coordinadores o colaboradores de la Parte Receptora que recibe la información confidencial, que suscriban el correspondiente acuerdo de confidencialidad y de la obligación de recibir, tratar y usar la información confidencial para destinarla únicamente al propósito del Acuerdo, en los términos establecidos en el presente instrumento;

c) Divulgar la información confidencial únicamente a las personas autorizadas para su recepción; y,

Av. Amazonas N26-145 y La Niña
Tel. + (593) 3949100
Quito - Ecuador
www.yachay.gob.ec

YACHAY
CIUDAD DEL CONOCIMIENTO

DÉCIMA.- APROBACIÓN PREVIA DE "YACHAY E.P.":

La Parte Receptora deberá contar con la aprobación previa por escrito de "YACHAY E.P.", tanto para la presentación de información relacionada con la Empresa Pública "YACHAY E.P.", así como de los programas o proyectos que serán implementados en la Ciudad del Conocimiento YACHAY, para la difusión ante la Universidad Internacional del Ecuador como también para su publicación a través de artículos académicos.

DÉCIMO PRIMERA.- NOTIFICACIONES:

Las instituciones comparecientes señalan para las notificaciones que les correspondan, las siguientes direcciones:

a) "YACHAY E.P.":

Dirección: Av. Amazonas N26-146 y la Niña en esta ciudad de Quito.
Teléfono: 593 2 394 9100
Email: mtasipanta@yachay.gob.ec

b) "LA PARTE RECEPTORA":

Dirección: Pasaje A y Abdón Calderón. Urb. Viña II
Teléfonos: 0983374046
Correo electrónico: isabelpasquel@yahoo.com

DÉCIMO SEGUNDA.- VIGENCIA:

El presente Acuerdo entrará en vigencia a partir de la fecha de su suscripción por un plazo de ocho meses. Las obligaciones de las Partes en virtud del presente Acuerdo se mantendrán vigentes hasta que uno de los siguientes hechos suceda primero: (a) ocho meses después de la terminación del presente Acuerdo, o (b) a la fecha en que toda la Información Confidencial llegue a estar generalmente disponible y públicamente conocida, sin ninguna acción o inacción imputable a la Parte Receptora.

DÉCIMA TERCERA.- ACEPTACIÓN:

Este Acuerdo de Confidencialidad se suscribe en aceptación de la mutua declaración de intención de las Partes, en dos (2) ejemplares, los cuales tendrán el mismo valor y contenido.

Dada en Quito, a 25 enero 2016

Parte Receptora

Ing. Pasquel Calderón María Isabel
C.C. 1715816680

Av. Amazonas N26-146 y La Niña
Tel. + (593) 3949 100
Quito - Ecuador
www.yachay.gob.ec

YACHAY

Memorando Nro. YACHAY-DC-2016-0017-MI

Quito, D.M., 21 de enero de 2016

PARA: Sr. Mgs. Héctor Rodríguez
Gerente General YACHAY E.P.

ASUNTO: Solicitud de acceso a la información del área turística de Yachay Ciudad del Conocimiento con la finalidad de elaboración de tesis

De mi consideración:

Por medio del presente me permito informar a Usted, luego de analizar la solicitud presentada por María Isabel Pasquel Calderón, se considera viable la propuesta de estudio planteada para desarrollar un **Plan de Marketing dirigido al desarrollo de marca posicionamiento y comunicación del área turística de Yachay Ciudad de Conocimiento,** misma que contribuirá a la campaña que se ha de arrollado para promocionar a la Ciudad del Conocimiento Yachay.

Con este antecedente se recomienda aprobar esta solicitud y continuar con el proceso de acuerdo a la normativa vigente.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Srta. Mgs. Carolina Alejandra Gando Andrade
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN

Referencias:
- YACHAY-DA-2016-0069-E

Anexos:
- 1715816680-Maria-Pasquel.pdf

Gerencia General

yachay 21 ENE. 2016 Documento Recibido
Silvia Macías
Funcionario que recibe
Hora: .....
Con anexos: .....
Sin anexos: .....

Empresa Pública YACHAY GESTIÓN DOCUMENTAL