



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Turismo

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo

Inventario y jerarquización de atractivos turísticos tangibles pertenecientes a las parroquias de la Administración Zonal Los Chillos

Autores:

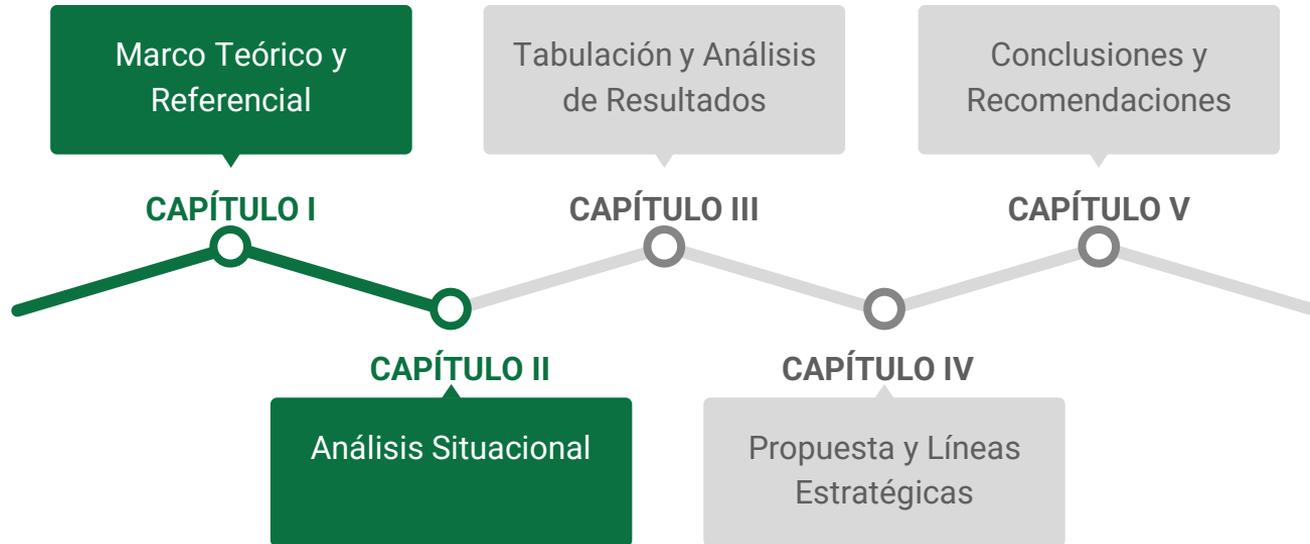
Michelle A. Álvarez, Jessica M. Bravo, Daniela Del Castillo, Juan D. Moreno, Erick D. Ramírez, Dennise E. Sierra, Mario A. Vega, Dominique N. Velasteguí, Bryan F. Vergara, Patricia E. Yépez.

Tutor:

Ing. Paladines, Gustavo Vladimir PhD.



Introducción



Problema

Escasa información para el inventario y jerarquización de atractivos turísticos tangibles en base a la metodología propuesta por el MINTUR



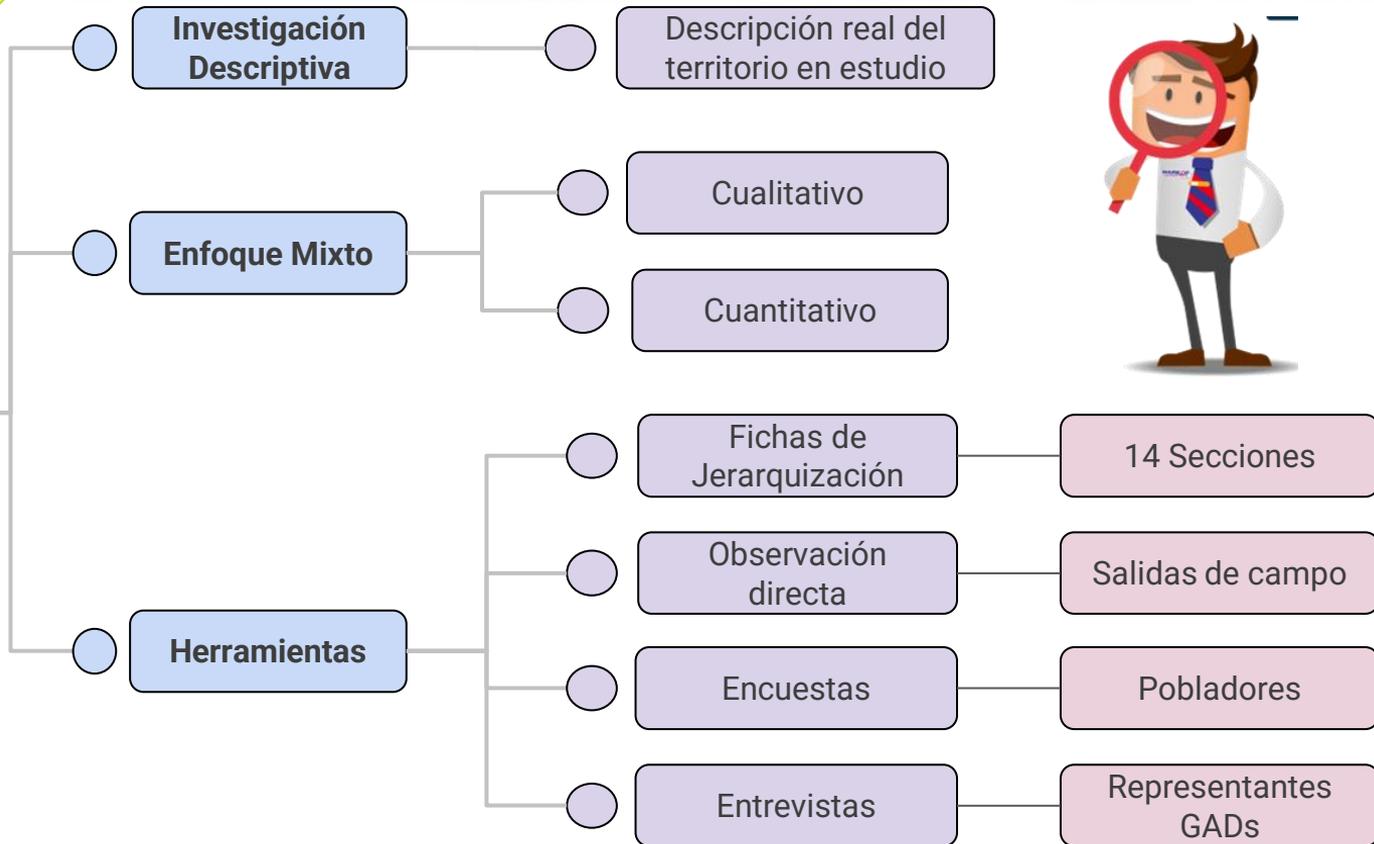
Objetivos



Metodología de la investigación



Metodología Aplicada



Macroambiente

F. Geográfico:

2 850 msnm
4 183 km²

F. Económico:

25% PIB en
sectores
productivos



F. Social:

2'239.191 hab
2.17% TCA

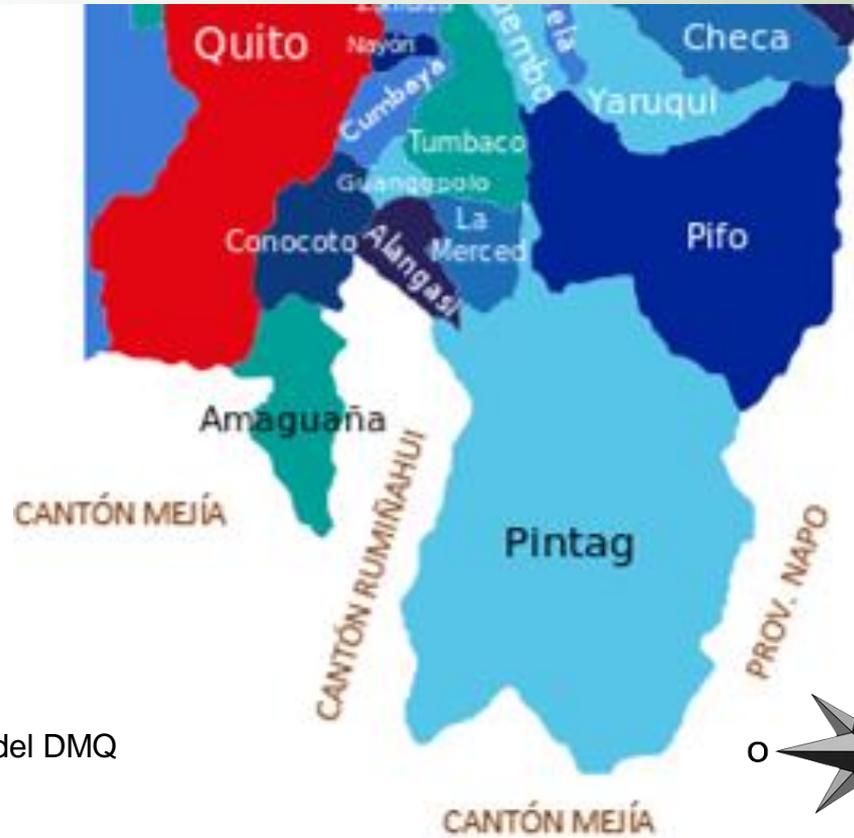
F. Cultural:

Patrimonio
culinario, artístico,
artesanal y
arquitectónico



Microambiente

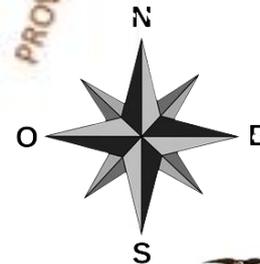
Límites políticos



Leyenda:

- Alangasí
- Amaguaña
- Conocoto
- Guangopolo
- Pintag
- Parroquias Urbanas del DMQ

Parroquia	Extensión (km2)
Alangasí	44,16
Amaguaña	62,11
Conocoto	55,56
Guangopolo	29,95
La Merced	31 106
Pintag	490,14



Ecuador Noticias (2016)



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Microambiente

Parroquia	Población (hab)	Altitud (m.s.n.m.)	F. Cultural	Act. Económica
Alangasí	24.251	2.500	Las Tres Cruces y Corpus Cristi; Semana Santa	Comercio, industrias manufactureras, turismo, ganadería y agricultura
Amaguaña	31.106	1.800-4.455	Corpus Cristi, Carnaval	Industrias manufactureras, comercio, turismo y agricultura.
Conocoto	82.072	2.530	Fiestas de San Pedro, Semana Santa	Comercio y microempresa (panaderías, tiendas, farmacias, etc)
Guangopolo	3.059	2.400	Cedazo	Comercio, Turismo, Artesanos.
La Merced	8.394	2.680	Corpus Christi; elaboración de artesanías	Comercio, industrias manufactureras, turismo, ganadería y agricultura.
Pintag	17.930	2400-4500	Chagrería, Fiestas San Jerónimo	Explotación de minerales, la agricultura y la ganadería.



Encuestas

Con el fin de complementar la información obtenida de fuentes bibliográficas para la jerarquización de atractivos turísticos

Parroquia	Población	Muestra
Pintag	17930	64
Alangasí	24251	64
Amaguaña	31106	64
Conocoto	82072	64
Guangopolo	3059	64
La Merced	8394	64
Total	166812	384

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

Z = Nivel de confianza = 1,96

N = Universo o total de la población = 166812

P = Probabilidad a favor = 50%

Q = Probabilidad en contra = 50%

e = Error de estimación = 5%



Parroquia/ Cuantificación de importancia	Respuestas (%)				
	5	4	3	2	1
Alangasí (Figura 43)	30 (46,9%)	28 (43,8 %)	6 (9,4 %)	0 (0%)	0 (0%)
Amaguaña (Figura 44)	45 (70,3%)	13 (20,3%)	3 (4,7%)	1 (1,6%)	2 (3,1%)
Conocoto (Figura 45)	48 (75%)	14 (21,9%)	2 (3,1%)	0 (0%)	0 (0%)
Guangopolo (Figura 46)	44 (68,8%)	11(17,2%)	7 (10,9%)	2 (3,1%)	0 (0%)
La Merced (Figura 47)	39 (60,9%)	21 (32,8%)	4 (6,3%)	0 (0%)	0 (0%)
Pintag (Figura 48)	50 (78,1%)	11 (17,2%)	2 (3,1%)	1 (1,6%)	0 (0%)



PARROQUIA	NOMBRE DEL ENTREVISTADO	CARGO QUE OCUPA
Alangasí	Abg. Nathaly Escaleras	Presidente del GAD
Amaguaña	Mgtr. Jesús Loachamín	Presidente del GAD
Conocoto	Lic. Diego Altamirano	Jefe de proyectos y vinculación comunitaria-GAD
Guangopolo	Juan Carlos Alomoto	Vicepresidente del GAD
La Merced	Lic. Andreí Iza Romero	Presidente del GAD
Pintag	Lic. Marco Rodríguez	Vocal de Turismo



Propuesta



Inventario y jerarquización de los atractivos turísticos tangibles de las parroquias de la Administración Zonal Los Chillos mediante la metodología del MINTUR 2018

Obtención de información turística

Mejor gestión y promoción turística

Base para la creación de futuros proyectos turísticos



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

FICHA TÉCNICA- CRITERIOS

CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
1.Accesibilidad y Conectividad	Condiciones de accesibilidad, vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
2.Planta Turística y Complementarios	Servicios de alojamiento, A&B, AAVV, transporte y servicios complementarios.	18
3.Estado de conservación	Integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales	14
4.Higiene y Seguridad Turística	Servicios básicos, salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5.Políticas y Regulaciones	Regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
6. Actividades que se practican en el atractivo	Atractivos culturales y naturales (Agua, tierra, aire).	9
7.Difusión del atractivo	Mención del atractivo en publicaciones, páginas web, redes sociales, etc.	7
8.Registro de visitantes y afluencia	Temporalidad, procedencia y frecuencia de visitantes.	5
9.Recurso Humano	Personal que labora en el atractivo.	5



JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

RANGOS	JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
86 -100	IV	Atractivo excepcional que presenta condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos
61 - 85	III	Atractivo con rasgos excepcionales que presenta condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos
36 - 60	II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos
11 - 35	I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos
0 - 10	Recurso	Elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento



PROCESO - RESULTADOS

FASE I

Investigación bibliográfica y uso de documentos oficiales

FASE II

Visitas a los atractivos para el levantamiento de información

FASE III

Recopilación de toda la información e inventario general de las fichas obtenidas

N° de Atractivos inventariados y jerarquizados

Parroquia	N° Atractivos Naturales	N° Atractivos Culturales	Jerarquía			N° Atractivos por parroquia
			I	II	III	
Alangasí	6	7	0	12	1	13
Amaguaña	2	6	0	2	6	8
Conocoto	0	12	0	8	4	12
Guangopolo	3	3	1	5	0	6
La Merced	3	3	0	5	1	6
Píntag	7	6	1	8	4	13
TOTAL	21	37	2	40	16	58



Tablas de resumen

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE ALANGASÍ	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN	
	CLASIFICACIÓN	Total 100 Puntos	Jerarquía
Complejo de Aguas Termales El Tingo	Natural	56,4	II
Complejo turístico ecológico fuentes cristalinas	Natural	56,9	II
Balneario de Angamarca	Natural	57,4	II
Complejo Mirasierra	Natural	57	II
Balneario La Chorrera	Natural	59,4	II
Volcán Ilaló	Natural	36,3	II
Parque de Alangasi	Cultural	58	II
Parque del Tingo	Cultural	52	II
Iglesia Santo Tomás de Aquino	Cultural	55	II
Complejo deportivo el Tingo	Cultural	49,8	II
Santuario Schoenstatt de Alangasi	Cultural	61,5	III
Iglesia San Pedro del Tingo	Cultural	58,5	II
Castillo del Gringo Loco	Cultural	42,3	II

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE CONOCOTO	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN	
	CLASIFICACIÓN	Total 100 Puntos	Jerarquía
Centro Parroquial de Cultura	Cultural	49,7	II
Complejo Recreacional La Moya	Cultural	59,6	II
Hacienda San José	Cultural	61,3	III
Hostería Castillo del Valle	Cultural	66,6	III
Hostería Quinta Paraíso	Cultural	69,6	III
Iglesia San Pedro de Conocoto	Cultural	56,3	II
Iglesia San Virgilio	Cultural	52,5	II
Iglesia Santa Rita de Casia	Cultural	49,6	II
Mansión del Dean	Cultural	57,6	II
Parque 6 de Junio	Cultural	53,7	II
Parque Central de Conocoto	Cultural	54,3	II
Parque Metropolitano La Armenia	Cultural	63,9	III

RESULTADOS



Tablas de resumen

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE PINTAG	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN	
	CLASIFICACIÓN	Total 100 Puntos	Jerarquía
Iglesia San Jerónimo	Cultural	43,6	II
Parque Central Pintag	Cultural	56,3	II
Socabón de San Agustín	Cultural	35	I
Elaboración de tambores	Cultural	55	II
Laguna La Mica	Natural	69,6	III
Mirador Peñon del Isco	Natural	37,6	II
Laguna de Secas	Natural	59,3	II
Laguna Tipopugro	Natural	59	III
Pan Carlitos	Cultural	38,1	II
Fiestas San Jerónimo	Cultural	52	II
Cascada del Pita	Natural	60,6	III
Volcán Sincholagua	Natural	51	II
Isla del amor	Natural	62	III

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN	
	CLASIFICACIÓN	Total 100 Puntos	Jerarquía
Parque Ecológico Cachaco	Natural	70,7	III
Pesca Deportiva La Cristalina	Natural	59,25	II
Casa Museo Pagus	Cultural	59,1	II
Hacienda Chillo Jijón	Cultural	62,1	III
Hostería Carlitos - Pesca Deportiva	Cultural	71,2	III
Iglesia Chillo Jijón	Cultural	62,7	III
Iglesia San Pedro de Amaguaña	Cultural	61,7	III
Parque Central San Pedro de Amaguaña	Cultural	61,1	III

RESULTADOS



Tablas de resumen

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE GUANGOPOLO	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN	
	CLASIFICACIÓN	Total 100 Puntos	Jerarquía
Iglesia de la Santísima Trinidad	Cultural	46,4	II
Parque Central de Guangopolo	Cultural	47,9	II
Centro Artesanal "El Cedacero"	Cultural	55,4	II
Balneario Rumiloma	Natural	43	II
Balneario San Luis	Natural	42,4	II
Sendero del Gallinazo	Natural	30,8	I

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE LA MERCED	PONDERACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN	
	CLASIFICACIÓN	Total 100 Puntos	Jerarquía
Mirador de Billivaro	Natural	38,8	II
Balneario Turístico Ilaló	Natural	54,1	II
Balneario Termas La Merced	Natural	66,4	III
Iglesia de La Merced	Cultural	49	II
Parque de La Merced	Cultural	53,4	II
Granja agroecológica El Aliso	Cultural	51,4	II

RESULTADOS



LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

1.- Diseño de Rutas Turísticas

- R. Gastronómica
- R. de Salud
- R. de Aventura



2.- Promoción Parroquial

- Herramientas tecnológicas
- Innovación
- Oferta



3.- Mejoramiento de los Servicios Turísticos en la Planta Turística

Técnicas de servicio



Experiencias



Recomendaciones



Conclusiones



Estancamiento en la investigación y reconocimiento de potencial turístico.



La población identifica sus fortalezas y debilidades.



Ausencia de planes turísticos promocionales.



Problemas en actualización de información.



Registro de establecimientos desactualizados en el Catastro Nacional.



Recomendaciones

- Saber buscar e identificar fuentes de financiamiento
- Implementar proyectos de concientización
- Capacitar a los actores turísticos
- Mejorar su Marketing en redes (la nueva era)
- Generar alianzas estratégicas
- Motivar y ayudar con el registro de establecimientos
- Realizar visitas de campo periódicas





ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

