



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
COMERCIAL

TEMA: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL SECTOR
TURÍSTICO DEL CANTÓN RUMIÑAHUI AL CAMBIO DE LA
MATRIZ PRODUCTIVA

AUTOR: BETANCOURT MANRIQUE, LORENA CRISTINA

DIRECTOR: ING. ARMANDO, QUINTANA

CODIRECTOR: ECO. JUAN CARLOS, ERAZO

SANGOLQUÍ, MAYO

2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
PROGRAMA CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

Ing. Armando Quintana Eco. Juan Carlos Erazo
DIRECTOR CODIRECTOR

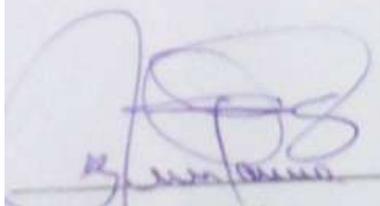
Certifican

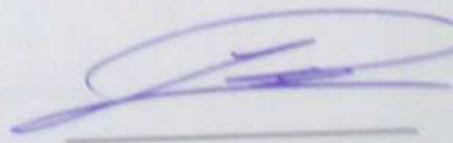
Que la tesis de grado, titulado "DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN RUMIÑAHUI AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA", desarrollado por la señorita: Betancourt Manrique Lorena Cristina, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

La mencionada tesis de grado consta de un documento empastado y un CD, el cual contiene los archivos completos.

Autorizan a Betancourt Manrique Lorena Cristina, entregar la tesis de grado al Ing. Carlos Sierra, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 12 de Mayo de 2015


Ing. Armando Quintana
DIRECTOR


Eco. Juan Carlos Erazo
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
PROGRAMA CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Betancourt Manrique Lorena Cristina

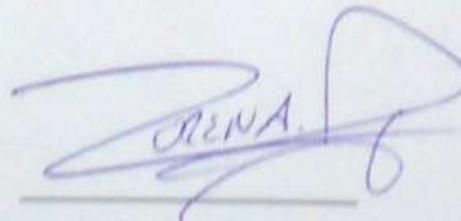
Declaro:

Que la tesis de grado, titulado "DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN RUMIÑAHUI AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las fuentes que se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 12 de Mayo de 2015



Betancourt Manrique Lorena Cristina

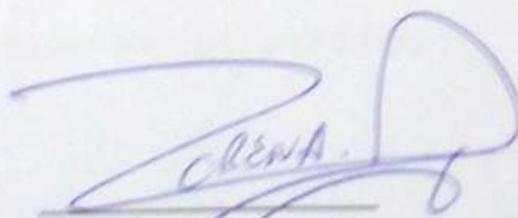
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
PROGRAMA CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Betancourt Manríque Lorena Cristina

Autorizo a la UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la institución del trabajo “DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN RUMIÑAHUI AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 12 de Mayo de 2015



Betancourt Manríque Lorena Cristina

DEDICATORIA

Por las bendiciones, salud y vida recibidas, a mi niño Jesús y a la virgen María.

Por tu carácter estricto y valiosos consejos, a ti papito amado.

Por escucharme y darme fuerzas para continuar en momentos difíciles, a ti mamita
querida.

Porque te quiero mucho, a ti hermanita.

Por tu amor, compañía y apoyo absoluto, a ti amor mío.

Por estar presente en los buenos y malos momentos, a toda mi familia.

Atentamente,

Betancourt Manrique Lorena Cristina

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis mentores el Ing. Armando y Eco. Juan Carlos, por su apoyo incondicional en la ejecución de la presente tesis de grado.

A todos los maestros que me impartieron clases en estos cinco años de vida académica.

A mis compañeras Lucia y Andrea, a mis padres Darío y Luz y a mi amor Paul, por su apoyo en la investigación de mercado.

Atentamente,

Betancourt Manrique Lorena Cristina

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| CERTIFICADO _____ | i |
| DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD _____ | ii |
| AUTORIZACIÓN _____ | iii |
| DEDICATORIA _____ | iv |
| AGRADECIMIENTOS _____ | v |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS _____ | vi |
| ÍNDICE DE TABLAS _____ | ix |
| ÍNDICE DE CUADROS _____ | x |
| ÍNDICE DE FIGURAS _____ | xiv |
| RESUMEN _____ | xvi |
| ABSTRACT _____ | xvii |
| CAPÍTULO I _____ | 1 |
| MARCO TEÓRICO _____ | 1 |
| 1. Transformación de la matriz productiva _____ | 1 |
| 1.1. Desarrollo. _____ | 1 |
| 1.2. Cambio de la matriz productiva. _____ | 2 |
| 1.3. Alcances del cambio de la matriz productiva para el buen vivir. _____ | 3 |
| 1.4. Sectores. _____ | 5 |
| 2. El Turismo _____ | 7 |
| 2.1. ¿Qué es el turismo?. _____ | 7 |
| 2.2. Formas de turismo. _____ | 8 |
| 2.3. Sector turístico por mundos del Ecuador. _____ | 16 |
| 3. Transporte y logística _____ | 20 |
| 4. Servicios ambientales _____ | 22 |

| | |
|--|-----------|
| 5. Cantón Rumiñahui | 24 |
| 5.1. Historia | 24 |
| 5.2. Creación del cantón. | 26 |
| 5.3. Ubicación geográfica. | 26 |
| 5.4. Límites. | 26 |
| 5.5. Organización territorial cantonal. | 27 |
| 5.6. Actividades productivas principales. | 27 |
| 6. Direccionamiento estratégico | 28 |
| CAPÍTULO II | 31 |
| MARCOMETODOLÓGICO | 31 |
| 1. El inicio del proceso cualitativo: planteamiento del problema, revisión de la literatura, surgimiento de la hipótesis e inmersión en el campo | 31 |
| 1.1. ¿Qué es plantear el problema de investigación cualitativa?. | 31 |
| 1.2. ¿Qué papel desempeña el marco teórico en la investigación cualitativa?. | 33 |
| 1.3. ¿Qué papel desempeñan las hipótesis en el proceso de investigación cualitativa?. | 34 |
| 1.4. Una vez hecho el planteamiento inicial y definido el papel de la literatura, ¿que sigue?. | 35 |
| 1.5. Ingresamos al ambiente o campo: ¿y...?. | 36 |
| 2. Muestreo cualitativo | 38 |
| 2.1. Después de la inmersión inicial: la muestra inicial | 38 |
| 3. Recolección y análisis de los datos cualitativos | 41 |
| 3.1. Hemos ingresado al campo y elegimos una muestra inicial, ¿qué sigue?. | 41 |
| 3.2. La recolección de datos desde el enfoque cualitativo. | 41 |
| 3.3. El papel del investigador en la recolección de los datos cualitativos. | 43 |
| 3.4. Observación cualitativa. | 44 |
| 3.5. Entrevistas. | 46 |
| 3.6. Sesiones de profundidad o grupos de enfoque. | 48 |

| | |
|--|----|
| 3.7. Documentos, registros, materiales y artefactos. _____ | 48 |
| 3.8. Obtención de los datos provenientes de documentos, registros, materiales, artefactos. _____ | 49 |
| 3.9. Elemento solicitados a los participantes del estudio. _____ | 49 |
| 3.10. Elementos que se solicita a los participantes elaborar a propósito del estudio. _____ | 49 |
| 3.11. Elementos obtenidos sin solicitarlos directamente a los participantes. ____ | 49 |
| 3.12. ¿Qué hacer con los documentos, registros, materiales y artefactos?. ____ | 50 |
| 3.13. Biografías e historias de vida. _____ | 50 |
| 3.14. Triangulación de métodos de recolección de los datos. _____ | 50 |
| 3.15. El análisis de los datos cualitativos. _____ | 50 |
| 3.16. Confiabilidad y validez cualitativa. _____ | 54 |
| 3.17. Análisis de los datos cualitativos asistido por computadora. _____ | 56 |
| 4. Diseño del proceso de investigación cualitativa _____ | 57 |
| 4.4. Diseños narrativos. _____ | 60 |
| 4.5. Diseños de investigación-acción. _____ | 60 |
| 5. Reporte de resultados del proceso cualitativo _____ | 61 |
| 5.2. Los reportes de resultados de la investigación cualitativa _____ | 61 |
| 5.3. Estructura del reporte cualitativo. _____ | 61 |
| 5.4. El reporte del diseño de investigación-acción. _____ | 65 |
| 5.5. ¿Dónde podemos consultar los detalles relativos a un reporte de investigación cualitativa? (guías). _____ | 65 |
| CAPÍTULO III _____ | 67 |
| MARCO EMPÍRICO _____ | 67 |
| 1. Situación actual del turismo en el cantón Rumiñahui _____ | 67 |
| 2. Investigación de mercado _____ | 76 |
| 2.1. Planteamiento del problema de investigación cualitativa. _____ | 76 |
| 2.2. Muestreo cualitativo. _____ | 78 |

| | | |
|------|---|-----|
| 2.3. | Recolección y análisis de los datos cualitativos. | 79 |
| 3. | Análisis Macroeconómico | 189 |
| 3.1. | Producto Interno Bruto (PIB). | 189 |
| 3.2. | Canasta Familiar. | 190 |
| 3.3. | Tasa de inflación. | 191 |
| 3.4. | Ocupación plena, subempleo y desempleo. | 192 |
| 3.5. | Línea de pobreza y pobreza extrema. | 193 |
| 3.6. | Tasa de interés. | 193 |
| 4. | Análisis Microeconómico | 195 |
| 4.1. | Oferta | 195 |
| 4.2. | Demanda. | 198 |
| 4.3. | Líneas de producto. | 198 |
| 4.4. | Competencia | 199 |
| 5. | Análisis F.O.D.A. | 200 |
| 5.1. | Matrices F.O.D.A. | 200 |
| 5.2. | Matrices priorización. | 204 |
| 5.3. | Matrices resumen. | 208 |
| 5.4. | Matrices de correlación. | 209 |
| 5.5. | Matrices defensiva | 211 |
| 6. | Análisis de la matriz productiva en el Ecuador | 213 |
| 7. | Análisis de la matriz productiva en el sector turístico | 216 |
| 8. | Análisis de la alineación del cantón Rumíñahui a la matriz productivo | 219 |
| 9. | Análisis de la situación actual del turismo en el cantón Rumíñahui | 220 |
| 9.1. | Operaciones de alojamiento cortas. | 220 |
| 9.2. | Operaciones de comida y bebida. | 221 |
| 9.3. | Operaciones de entretenimiento. | 222 |
| 9.4. | Otras actividades | 223 |

| | |
|---|-----|
| 10. Propuesta de alineación del turismo al transporte y logística del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva _____ | 224 |
| 11. Propuesta de alineación del turismo a los servicios ambientales del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva _____ | 225 |
| CAPÍTULO IV _____ | 226 |
| DISCUSIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN _____ | 226 |
| 1. Discusiones y Líneas de Investigación _____ | 226 |
| BIBLIOGRAFÍA _____ | 230 |

ÍNDICE DE TABLAS

Capítulo I

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. 1.Organización territorial área y densidad poblacional _____ | 234 |
| Tabla 1. 2.Población económica activa PEA cantonal 10 años y más según rama de actividad y sexo _____ | 234 |

Capítulo III

| | |
|---|-----|
| Tabla 3. 1 Establecimientos turísticos del cantón Rumihahui _____ | 69 |
| Tabla 3. 2 Actividad de alojamiento para estancias cortas _____ | 220 |
| Tabla 3. 3 Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas _____ | 221 |
| Tabla 3. 4.Otras actividades de esparcimiento y recreativos N.C.P. _____ | 222 |
| Tabla 3. 5.Otras actividades de servicios personales _____ | 223 |

ÍNDICE DE CUADROS

Capítulo I

| | |
|--|-----|
| Cuadro 1. 1 Descripción de la estructura de los grupos OCDE-EUROSTAT _____ | 235 |
|--|-----|

Capítulo II

| | |
|--|-----|
| Cuadro 2. 1. Criterios de la calidad de la investigación cualitativa _____ | 236 |
|--|-----|

Capítulo III

| | |
|--|----|
| Cuadro 3. 1. Atractivos turísticos de la parroquia Cotogchoa _____ | 70 |
| Cuadro 3. 2. Atractivos turísticos de la parroquia Cotogchoa _____ | 71 |
| Cuadro 3. 3. Atractivos turísticos de Sangolquí, San Rafael y San Pedro de Taboada. _ | 74 |
| Cuadro 3. 4. Muestra inicial no probabilística _____ | 79 |
| Cuadro 3. 5. Protocolo de observaciones _____ | 80 |
| Cuadro 3. 6. Diario de campo _____ | 80 |
| Cuadro 3. 7. Protocolo de entrevista semi-estructurada _____ | 80 |
| Cuadro 3. 8. Documentos, registros, materiales y artefactos _____ | 83 |
| Cuadro 3. 9. Cuestionario para entrevistas de historias de vida en actividades turísticas (Alojamiento; Servicio de alimentos y bebidas; Transportación turística; Agencias de viajes; Agencias de entretenimiento turístico; Agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y, Casinos salas de juego (bingo mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables) _____ | 84 |
| Cuadro 3. 10. Memo analítico del método utilizado _____ | 87 |
| Cuadro 3. 11. Comparación entre planteamientos cuantitativos y cualitativos _____ | 87 |
| Cuadro 3. 12. Memo analítico de problemas encontrados durante el proceso _____ | 88 |
| Cuadro 3. 13. Matriz de deficiencias y limitaciones en la investigación cualitativa _____ | 88 |
| Cuadro 3. 14. Memo analítico de codificación _____ | 89 |
| Cuadro 3. 15. Codificación de datos cualitativos en la bitácora de análisis _____ | 89 |
| Cuadro 3. 16. Codificación de datos cualitativos en la codificación de primer nivel _____ | 89 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro 3. 17. Codificación de datos cualitativos en la codificación de primer nivel | 90 |
| Cuadro 3. 18. Memo analítico respecto ideas y comentarios del investigador | 91 |
| Cuadro 3. 19. Segmentos de análisis | 91 |
| Cuadro 3. 20. Memo analítico sobre material de apoyo localizado (fotografías, videos, etc.) | 92 |
| Cuadro 3. 21. Memo analítico relacionados con significados, descripciones y conclusiones preliminares | 93 |
| Cuadro 3. 22. Memo analítico de reglas de codificación operadores de turismo | 94 |
| Cuadro 3. 23. Codificación abierta o en primer plano HE-E | 95 |
| Cuadro 3. 24. Codificación abierta o en primer plano Ri-E | 97 |
| Cuadro 3. 25. Codificación abierta o en primer plano Te-E | 98 |
| Cuadro 3. 26. Codificación abierta o en primer plano Ec-E | 99 |
| Cuadro 3. 27. Codificación abierta o en primer plano T-E | 100 |
| Cuadro 3. 28. Codificación abierta o en primer plano Ca-E | 102 |
| Cuadro 3. 29. Codificación abierta o en primer plano Ps-E | 104 |
| Cuadro 3. 30. Codificación abierta o en primer plano Com-E | 106 |
| Cuadro 3. 31. Codificación abierta o en primer plano Eq-E | 108 |
| Cuadro 3. 32. Codificación abierta o en primer plano CMP-E | 110 |
| Cuadro 3. 33. Codificación abierta o en primer plano Inn-E | 112 |
| Cuadro 3. 34. Codificación abierta o en primer plano Oprc-E | 116 |
| Cuadro 3. 35. Codificación abierta o en primer plano SA-E | 118 |
| Cuadro 3. 36. Codificación abierta o en primer plano Ami-E | 121 |
| Cuadro 3. 37. Codificación abierta o en primer plano ITTL-E | 123 |
| Cuadro 3. 38. Codificación abierta o en primer plano Vias-E | 125 |
| Cuadro 3. 39. Codificación abierta o en primer plano GUIA-E | 127 |
| Cuadro 3. 40. Codificación abierta o en primer plano RECO-E | 129 |
| Cuadro 3. 41. Memo analítico de reglas de codificación moradores y turistas | 132 |
| Cuadro 3. 42. Codificación abierta o en primer plano  | 133 |
| Cuadro 3. 43. Codificación abierta o en primer plano Lugares  | 134 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 3. 44. Codificación abierta o en primer plano <i>Fiestas y platillos</i> 🍴 _____ | 137 |
| Cuadro 3. 45. Codificación abierta o en primer plano <i>Actividades</i> 🎪 _____ | 139 |
| Cuadro 3. 46. Codificación abierta o en primer plano <i>Tipos</i> 🏠 _____ | 140 |
| Cuadro 3. 47. Codificación abierta o en primer plano 🏠 _____ | 144 |
| Cuadro 3. 48. Codificación abierta o en primer plano 🚗 _____ | 147 |
| Cuadro 3. 49. Codificación abierta o en primer plano <i>CMP</i> 🏠 _____ | 149 |
| Cuadro 3. 50. Codificación abierta o en primer plano <i>Sectores CMP</i> 🏠 _____ | 153 |
| Cuadro 3. 51. Codificación abierta o en primer plano <i>Establecimientos</i> 🏠 _____ | 155 |
| Cuadro 3. 52. Codificación abierta o en primer plano <i>Moradores</i> 🏠 _____ | 159 |
| Cuadro 3. 53. Codificación abierta o en primer plano <i>Autoridades</i> 🏠 _____ | 163 |
| Cuadro 3. 54. Codificación abierta o en primer plano 🌍 _____ | 166 |
| Cuadro 3. 55. Codificación abierta o en primer plano 🏠 _____ | 170 |
| Cuadro 3. 56. Codificación abierta o en primer plano 🏠 _____ | 172 |
| Cuadro 3. 57. Codificación abierta o en primer plano 🏠 _____ | 175 |
| Cuadro 3. 58. Codificación selectiva: Turismo Rumiñahui. _____ | 178 |
| Cuadro 3. 59. Codificación selectiva: Tramites turismo Rumiñahui. _____ | 179 |
| Cuadro 3. 60. Codificación selectiva: Atractivos Rumiñahui. _____ | 183 |
| Cuadro 3. 61. Codificación selectiva: Transformación Rumiñahui. _____ | 183 |
| Cuadro 3. 62. Codificación selectiva: Medio ambiente Rumiñahui. _____ | 184 |
| Cuadro 3. 63. Codificación selectiva: Logística Rumiñahui. _____ | 184 |
| Cuadro 3. 64. Codificación selectiva: Estrategias Rumiñahui. _____ | 186 |
| Cuadro 3. 65. Codificación selectiva: 🏠 _____ | 187 |
| Cuadro 3. 66. Atractivos turísticos de Sangolquí, San Rafael, San Pero de Taboada, Rumiñahui y Cotacachi. _____ | 195 |
| Cuadro 3. 67. Objetivos por tipología producto _____ | 198 |
| Cuadro 3. 68. Análisis interno: fortalezas _____ | 200 |
| Cuadro 3. 69. Análisis interno: debilidades _____ | 201 |
| Cuadro 3. 70. Análisis externo: oportunidades _____ | 202 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro 3. 71. Análisis externo: amenazas | 203 |
| Cuadro 3. 72. Análisis interno: fortalezas | 204 |
| Cuadro 3. 73. Análisis interno: debilidades | 205 |
| Cuadro 3. 74. Análisis externo: oportunidades | 206 |
| Cuadro 3. 75. Análisis externo: amenazas | 207 |
| Cuadro 3. 76. Matriz resumen FODA | 208 |
| Cuadro 3. 77. Matriz de correlación F - O | 209 |
| Cuadro 3. 78. Matriz de correlación D - A | 210 |
| Cuadro 3. 79. Matriz defensiva F - O | 211 |
| Cuadro 3. 80. Matriz defensiva D - A | 212 |
| Cuadro 3. 81. Codificación de conjunto uno | 237 |
| Cuadro 3. 82. Codificación de conjunto dos | 239 |
| Cuadro 3. 83. Codificación de conjunto tres | 240 |
| Cuadro 3. 84. Codificación de conjunto cuatro | 241 |
| Cuadro 3. 85. Codificación de conjunto cinco | 243 |
| Cuadro 3. 86. Codificación de conjunto seis | 244 |
| Cuadro 3. 87. Codificación de conjunto siete | 245 |
| Cuadro 3. 88. Codificación de conjunto ocho | 247 |
| Cuadro 3. 89. Protocolo de observaciones | 248 |
| Cuadro 3. 90. Diario de campo | 250 |
| Cuadro 3. 91. Documentos, registros, materiales y artefactos | 257 |

ÍNDICE DE FIGURAS

Capítulo II

| | |
|---|-----|
| Figura 2. 1. Proceso de análisis fundamentado en los datos cualitativos _____ | 258 |
|---|-----|

Capítulo III

| | |
|--|-----|
| Figura 3. 1. Concepto central del problema. _____ | 76 |
| Figura 3. 2. Conceptos para la codificación abierta. _____ | 94 |
| Figura 3. 3. Codificación abierta. _____ | 132 |
| Figura 3. 4. Codificación refinada: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva _____ | 188 |
| Figura 3. 5. Producto Interno Bruto - PIB, precios constantes de 2007, tasa de variación trimestral. _____ | 189 |
| Figura 3. 6. Evolución de la cobertura del presupuesto familiar. _____ | 190 |
| Figura 3. 7. Inflación anual 2013 – 2014, año base 2014 = 100 _____ | 191 |
| Figura 3. 8. Tasa de ocupación plena, tasa de subempleo y tasa de desempleo a nivel urbano, septiembre 2007-2014. _____ | 192 |
| Figura 3. 9. Línea de pobreza y pobreza extrema, dic. 2008 - dic. 2014 (Dólares). ____ | 193 |
| Figura 3. 10. Tasas de Interés por segmentos de crédito, en porcentajes, ene 2008 – nov. 2014. _____ | 194 |
| Figura 3. 11. Tasas de interés por segmentos de crédito, en porcentajes, ene 2008 – nov. 2014. _____ | 194 |
| Figura 3. 12. Articulación de estrategias a los ejes de cambio de la Matriz de Transformación Productiva _____ | 217 |
| Figura 3. 13. Edades del visitante extranjero _____ | 218 |
| Figura 3. 14. Nivel de educación del visitante extranjero _____ | 218 |
| Figura 3. 15. Estado civil del visitante extranjero _____ | 219 |
| Figura 3. 16. Interior Iglesia Señor de los Puentes _____ | 252 |
| Figura 3. 17. Exterior Iglesia señor de los puentes _____ | 252 |
| Figura 3. 18. Berros _____ | 252 |

| | |
|--|-----|
| Figura 3. 19. Chamburo | 252 |
| Figura 3. 20. Feligreses de semana santa | 252 |
| Figura 3. 21. Rituales de semana santa | 252 |
| Figura 3. 22. Frutilla silvestre | 253 |
| Figura 3. 23. Helechos | 253 |
| Figura 3. 24. Malva | 253 |
| Figura 3. 25. Planta de plátano | 253 |
| Figura 3. 26. Senderos | 253 |
| Figura 3. 27. Canchas deportivas | 253 |
| Figura 3. 28. Pesca deportiva | 254 |
| Figura 3. 29. Reciclaje | 254 |
| Figura 3. 30. Tractor ruta | 254 |
| Figura 3. 31. Elaboración helado de paila | 254 |
| Figura 3. 32. Estacionamientos | 254 |
| Figura 3. 33. Mousoleo del Procer Juan de Salinas | 254 |
| Figura 3. 34. Contaminación | 255 |
| Figura 3. 35. Contrucción tramos a la Ruta de los Volcanes | 255 |
| Figura 3. 36. Deforestación | 255 |
| Figura 3. 37. Natación en río Pita | 255 |
| Figura 3. 38. Cuy asado | 255 |
| Figura 3. 39. Procesión de semana santa | 255 |
| Figura 3. 40. Exterior Iglesia Juan de Salinas | 256 |
| Figura 3. 41. Interior Iglesia Juan de Salinas | 256 |

RESUMEN

En el presente proyecto se realizó un análisis sobre el direccionamiento estratégico del sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva, actualmente la República del Ecuador pretende realizar una transformación de matriz productiva, dejando en el pasado la dependencia económica de recursos petroleros y productos agrícolas y pasando a otros sectores económicos como el turismo pero con valor agregado, por lo tanto es necesario realizar una investigación para generar un entendimiento y una guía estratégica. Dentro de este proyecto se ha propuesto estrategias para alinear el sector turístico al transporte y logística, para alinear el sector turístico a los servicios ambientales, como servicios que permitan generar ventaja competitiva para empresarios existentes o futuros. Para dicho efecto fue necesario realizar una investigación cualitativa a través de herramientas como; entrevistas, biografías, etc. que permitan extraer la mayor cantidad de información posible a fin de dar solución al problema formulado inicialmente. Las estrategias estuvieron dirigidas a operadores turísticos y a moradores, para los primeros las estrategias estuvieron destinadas a solucionar problemas de inseguridad turística, falta de transporte turístico, falta de información turística y falta de prácticas ambientales, mientras que en el caso de los moradores las estrategias estuvieron destinadas a solucionar problemas de cordialidad, limpieza, información y deforestación. Entre los casos analizados en cada triangulación por método de investigación, participante y tipo de contexto, adicionalmente fue importante extraer hipótesis para ir generando líneas de investigación con patrones fuera de lo común, por ejemplo el interés en idiomas extranjeros de operadores turísticos.

PALABRAS CLAVES:

- **TURISMO**
- **TRANSPORTE**
- **AMBIENTE**
- **RUMIÑAHUI**

ABSTRACT

In this project, was made an analysis of the strategic direction of the tourism sector in the city Rumiñahui to change the productive matrix, the Republic of Ecuador currently intends to make a transformation of productive matrix, leaving in the past an economy dependent on oil resources and agricultural products and passing other economic sectors such as tourism but added value, therefore it is necessary to conduct research to generate an understanding and strategic guidance. In this project was proposed strategies to align the tourism sector to transport and logistics, to align the tourism sector to environmental services as services that allow generate competitive advantage for existing and future business. For this purpose it was necessary to make a qualitative research through tools such as; interviews, biographies, etc. to extract as much information as possible to provide a solution the problem initially. The strategies were directed at tourist establishments and residents, for the first strategic were designed to troubleshoot tourist insecurity, absence of tourist transport, absence of tourist information and absence of environmental practices, while in the case of the residents the strategies were aimed at addressing problems of cordiality, cleaning, information and deforestation. Between the cases analyzed in each triangulation by research method, participant and kind of context, additionally it was important to extract hypothesis to start generating lines of research with patterns out of the ordinary, such as interest in foreign languages of tourist establishments.

KEYWORDS:

- **TOURISM**
- **TRANSPORTATION**
- **ENVIRONMENT**
- **RUMIÑAHUI**

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. Transformación de la matriz productiva

1.1. Desarrollo.

La vida está llena de cambios en los que la humanidad se encuentra inmersa y donde probablemente tendrá que; aprender, corregir y mejorar sus acciones constantemente para adaptarse rápidamente y sobrevivir en su entorno.

[...] el desarrollo se evalúa en términos del crecimiento del producto nacional, de la industrialización, del avance tecnológico, o de la modernización social. En estos casos el interés por la educación está subordinado a su contribución a esos otros objetivos del desarrollo. No obstante, a partir de la década de los sesenta, la educación ha ido ganando importancia al reconocerse la contribución del capital humano al desarrollo económico (Solow, 1956; Schultz, 1963; Becker, 1973) (Cejudo, 2006, p.369).

[...], Sen enumera una serie de faltas de libertad que influyen directamente en el desarrollo de las personas. Destaca el hambre y la desnutrición [...]; la enfermedad por insalubridad y por la falta de medios para evitarla y/o tratarla [...]; la falta de libertad política, encarnada por la denegación de derechos humanos a muchas personas, o la desigualdad entre hombres y mujeres [...]. Todas estas desgracias u muchos otros conceptos hacen que en los modernos estudios sobre el desarrollo aparezca claro que una condición importante para que se dé es un sistema político abierto, aunque por supuesto, la libertad, los derechos humanos y la justicia son bienes valorables en sí mismos, y no en función únicamente de su influencia sobre la economía (Cobos, 2004, p.3).

Ser esclavo en Grecia no solo suponía estar privado de libertad (Aristóteles afirmaba elocuentemente que la diferencia entre un hombre libre y un esclavo consiste en que aquel vive como quiere, mientras que éste vive como no quiere), sino especialmente no poseer derechos políticos, esto es, no ser ciudadanos. Para ser ciudadano había que pertenecer a la comunidad de iguales, es decir, al grupo de quienes ejercían sus derechos y obligaciones políticas. Los esclavos, como las mujeres y los extranjeros, quedaban excluidos de la comunidad política (Salgado, 2012, p.12).

De acuerdo a la cita de Cejudo; Solow, Schultz y Becker, el desarrollo se evidencia en la capacidad que tiene una nación para incluir en la producción de sus empresas; conocimientos y recursos técnicos que permitan la industrialización y aumento de valor agregado en sus productos y servicios, dejando por un lado la dependencia económica en venta de productos naturales. Pero Cobos, cree que el desarrollo se evidencia a través de la satisfacción de necesidades básicas, como; la alimentación, vestimenta, salud, educación y vivienda que puedan los seres humanos satisfacer de acuerdo a su poder adquisitivo. Mientras que Sea reitera que de una u otra forma el desarrollo del ser humano se lograra manteniendo; libertad para vivir sin limitaciones, con buenos ingresos, cubriendo sus propias necesidades y la de los suyos como Aristóteles lo afirmaba, en la cita de Salgado.

1.2. Cambio de la matriz productiva.

Crear o desarrollar nuevas ideas que aumenten valor a los actuales productos y servicios no es nada fácil, pero es necesario para dejar de depender económicamente de productos no renovables que se agotan conforme pasa el tiempo. Como Jer-Ming (2014) afirma: “Es el cambio en la proporción de los 3 sectores productivos que contribuyen al PIB (Agricultura, Industria y Servicio)” (p.2). Por lo tanto porque dejar en el olvido a los servicios, que durante toda la vida han formado parte de un índice macroeconómico que mide la producción final en una nación. Si antes la prioridad era mantener ingresos a través de la comercialización de petróleo por qué no ahora dirigir los esfuerzos de una nación a la comercialización del turismo pero con responsabilidad y respeto al medio ambiente.

León (2013) afirma:

Este cambio de matriz se centra en cuatro ejes fundamentales: diversificación de la producción que significa hacer nuevas industrias, generar nuevos tipos de negocios. [...] .El otro eje hace referencia al valor agregado, a esa necesidad que tiene el país de aprovechar la materia prima de excelente calidad que producimos y exportarla pero ya no en bruto, sino a través de bienes procesados. [...] .El tercer eje es la sustitución selectiva de importaciones cuya finalidad es remplazar ciertos productos

que actualmente se importan por la producción de los mismos, [...] Finalmente, el último eje que contempla este cambio de matriz es la mejora en la oferta exportable y lograr una mayor productividad. Esto se logra con la implementación de tecnología, eficiencia, rapidez, cumplir con los estándares de producción. [...] (p.1).

Parreño (2013) afirma:

Se podría definir como la gran estrategia que busca potenciar la satisfacción de la demanda interna y la inserción del país en los mercados internacionales con productos que fortalezcan la economía, tecnificando la producción agrícola y pecuaria, y desarrollando a los sectores secundario y terciario, propendiendo una extensión de los mercados, un aumento en la especialización productiva y de la división del trabajo, aprovechando economías de escala e incrementando la productividad (eficiencia Keynesiana). No hay que dejar de lado que la pertinencia de la especialización va de la mano con el desarrollo de aquellos sectores priorizados en los que la innovación y el cambio técnico son argumentos centrales. Se está fortaleciendo el desarrollo de una trayectoria como país, en la cual el sector productivo ecuatoriano deberá convertirse en un protagonista: el desarrollo de industrias básicas, agregación de valor basado en tecnología y conocimiento, incremento del componente nacional y avances en los encadenamientos productivos, entre otros, son los desafíos que marcarán el paso a esta nueva realidad de forma definitiva (p.187).

Como León explica, el cambio de la matriz productiva es emprender nuevos negocios con valor agregado y altos estándares de calidad en productos y servicios para mercados nacionales e internacionales, negocios que se entrelacen y se fortifiquen entre sí en un mercado sediento de innovación como Parreño lo ratifica.

1.3. Alcances del cambio de la matriz productiva para el buen vivir.

1.3.1. Buen vivir.

En ciertos lugares la humanidad vivía y vive en condiciones de vida deplorables, donde a unos no les alcanza para comprar un pan o un par de zapatos, pero a otros les alcanza para lujos y libertinajes.

Falconí (2013) afirma:

El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito (p.1).

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES] (2013) afirma:

Los objetivos están organizados en tres ejes: 1)cambio en las relaciones de poder para la construcción del poder popular; 2) derechos, libertades y capacidades para el Buen Vivir; y 3) transformación económica-productiva a partir del cambio de la matriz productiva (p.45).

SENPLADES (2013) afirma:

El Objetivo 10 especifica “Impulsar la transformación de la matriz productiva. Dentro del cual: Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada (p.77).

SENPLADES, sugiere unir fuerzas, unir sectores, unir capacidades, habilidades y conocimientos para que las partes de una nación formen un todo fortificado. Es decir que el aumento de empresas responsables con su entorno, con sus; trabajadores, proveedores, clientes, sociedad, medio ambiente animal o vegetal, garantizaren el Buen Vivir.

1.4. Sectores.

1.4.1. Sectores productivos.

- Sector Bienes.
 - ☒ Alimento frescos y procesados
 - ☒ Confecciones y calzado
 - ☒ Energías renovables
 - ☒ Industria farmacéutica
 - ☒ Metalmecánica
 - ☒ Petroquímica
 - ☒ Productos forestales de Madera

- Sector Servicios.
 - ☒ Servicios ambientales
 - ☒ Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
 - ☒ Vehículos, automotores, carrocerías y partes
 - ☒ Transporte y Logística
 - ☒ Turismo

1.4.2. Sectores estratégicos.

- Refinería.
 - ☒ Metano, butano, propano, gasolina, queroseno, gasoil.

- Astillero.
 - ☒ Construcción y reparación de barcos, servicios asociados.

- Petroquímica.
 - ☒ Urea, pesticidas, herbicidas, fertilizantes, follares, plásticos, fibras sintéticas, resinas.

- Metalurgia (cobre).
 - ✚ Cables eléctricos, tubos, laminación.

- Siderúrgica.
 - ✚ Planos largos (Ekosnegocios, (s/f), p.188)

2. El Turismo

2.1. ¿Qué es el turismo?.

Organizacion Mundial del Turismo [OMT] (s/f) afirma:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo (p.1).

Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR] (s/f) afirma:

El Turismo Consciente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción que se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética, promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida, como esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de conciencia, responsabilidad y respeto entre los visitantes, las comunidades anfitrionas y el patrimonio cultural y natural.

Según lo establecido por el Art.5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes: Alojamiento; Servicio de alimentos y bebidas; Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerara parte del agencia miento; La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y, Casinos salas de juego(bingo-mecánicos),hipódromos y parques de atracciones estables.

Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INDEC] (s/f) afirma:

El turismo es un complejo sistema de elementos que se interrelacionan entre sí retroalimentándose en forma permanente. Existen cuatro elementos básicos o “factores” que integran este complejo sistema: La demanda; formada por el conjunto de consumidores –o potenciales consumidores –de bienes y servicios turísticos, la oferta; compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en el turismo, el espacio geográfico; lugar donde se produce la interacción entre la oferta y la demanda y los operadores del mercado; son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interacción entre la oferta y la demanda: agencias de viajes, compañías de transporte, organismos públicos y privados dedicados a la regulación y/o a la promoción del turismo (p.5).

Los tres entes concuerdan en definir al turismo como un sector económico generador de riqueza a través de la prestación de servicios de alojamiento, transporte, entretenimiento y demás servicios que permitan el aprovechamiento de la biodiversidad en una localidad y el relax.

2.2. Formas de turismo.

2.2.1. Según el ámbito geográfico.

2.2.1.1. Turismo doméstico.

El turismo doméstico se compone de los viajes realizados por las personas nacidas y residentes de un país dentro de su territorio. También se le conoce en muchos países como turismo nacional, interno(o interior). Sin embargo, es preciso clasificar lo que la Organización Mundial del Turismo (OMT) comprende dentro de estas acepciones, en virtud del lugar de origen y de destino de los turistas:

1. Turismo doméstico: residentes visitando su propio país
2. Turismo interno: domestico y receptivo
3. Turismo nacional: domestico y emisor (Organización Mundial del Turismo [OMT] ,1998:49) (Quesada, 2010, p.48).

2.2.1.2. *Turismo internacional.*

El Turismo Internacional está constituido por dos componentes. El primero de ellos es el *receptivo*, al cual pertenecen todos los extranjeros y nacionales residentes en otros países que visitan una nación distinta a la que habitan. El segundo es conocido como *emisor* (o emisorio); a este corresponde todos los nacionales y los residentes extranjeros de un país que viajan fuera de su territorio. Para viajar internacionalmente se requiere un pasaporte. En muchos casos también es necesaria una visa para visitar el país de destino.

Los pasaportes, cuyo origen moderno se remonta a 1920, son los documentos de identificación emitidos por los países de origen o residencia de las personas. Las visas son permisos otorgados por los países para que los viajeros, según sean sus motivos (turismo, estudios, residencia), puedan entrara y salir de sus territorio (Quesada, 2010, p.50).

2.2.1.3. *Turismo intrarregional.*

“Se llama turismo intrarregional al turismo internacional que realizan las personas en una región determinada, sin salir de ese territorio” (Quesada, 2010, p.51).

2.2.2. *Según la organización.*

2.2.2.1. *Turismo institucionalizado.*

“Los turistas de esta categoría viajan, como sus nombre los sugiere (en mayor o en menor grado), con todo organizado y a lugares masivos donde encuentran todos los servicios que requieren” (Quesada, 2010, pp.52-53).

2.2.2.2. *Turismo no institucionalizado.*

“Los turistas organizan por si mismos todo lo concerniente a sus viajes” (Quesada, 2010, p.53).

2.2.3. Según la duración.

2.2.3.1. Permanencia breve.

Un viaje se considera de *permanencia breve* si los excursionistas o visitantes del día transcurren en el destino menos de veinticuatro horas, por lo que también los podríamos denominar visitantes efímeros. Aquellos viajes cuya prolongación tome entre 24 y 72 horas (de 1 a 3 pernотaciones) también los consideramos de permanencia breve (Quesada, 2010, p.53).

2.2.3.2. Permanencia corta.

“[...] las visitas cuya duración sea superior a los tres días e inferior a los catorce” (Quesada, 2010, p.54).

2.2.3.3. Permanencia mediana y larga.

“[...] tienen una duración superior a dos semanas e inferior a un año” (Quesada, 2010, p.54).

2.2.4. Según la edad.

2.2.4.1. Categoría infantil: de 0 a 12 años.

En estos casos, el turismo cumple con la característica de viajar para aprender.

De este modo, en el seno familiar se realizan viajes principalmente para vacacionar. En la escuela, se emprenden excursiones educativas que coadyuvan a concientizar a estos niños sobre la relevancia de numerosos recursos y aspectos propios de la geografía, cultura e historia de su país (Quesada, 2010, p.55).

2.2.4.2. Adolescentes y jóvenes: de 13 a 25 años.

El grupo de adolescentes y jóvenes se halla constituido por adolescentes y adultos jóvenes dedicados fundamentalmente a estudiar. [...] Los criterios empleados para definir a los adolescentes radica en la maduración sexual alcanzada por quienes integran

este grupo, la cual se establece cerca de los 20 años y se inicia con la pubescencia, alrededor de los 10 o 12 años, según sea cada caso. De los 20 a los 25 años se hallan los adultos jóvenes.

Los adolescentes, por su condición de estudiantes, dependen económicamente de sus padres o encargados. Debido a eso, el turismo que practican estará condicionado por los ingresos y el nivel de vida que posea cada familia. [...]

Una vez concluida la secundaria y obtenida la ansiada mayoría de edad, es también una época de toma de decisiones que, en muchos de los casos, conduce a continuar los estudios superiores. Hay quienes se deciden por trabajar o combinar estudios con trabajo, lo cual les permite adquirir mayor independencia económica y, consecuentemente, emplear esos ingresos en otras actividades, como sucede con el turismo (Quesada, 2010, pp.56-57).

2.2.4.3. *Adultos (I): de 26 a 45 años.*

Los visitantes pertenecientes a este grupo son adultos que, con el transcurrir de los años, van alcanzando sus metas profesionales y personales, así como una estabilidad económica y una calidad de vida superiores a la de los grupos precedentes. Esto influirá en su comportamiento en los viajes, pues su condición de turista experimentara muchos cambios relacionados con la modificación de sus hábitos de consumo, preferencias y motivaciones, las que estarán determinadas por su nivel socioeconómico, educativo y familiar (Quesada, 2010, p.57).

2.2.4.4. *Adultos (II): de 46 a 65 años.*

Esta etapa de la vida conlleva la particularidad de que, con los años, los hijos adolescentes dejan de serlo y, así, forman sus propias familias. Esto les da la posibilidad a los padres de disfrutar de mayor tiempo para su vida en pareja y hacer turismo, lo cual no obsta para practicarlo con sus hijos y nietos (Quesada, 2010, p.58).

2.2.4.5. *Adultos mayores: de más de 65 años.*

Pertenecen a este grupo las personas pensionadas o retiradas de sus labores. Por esta circunstancia, se suscitan diversas situaciones que inciden en sus viajes: menores ingresos, mayor disponibilidad de tiempo libre, condiciones físicas y de salud más limitadas, mayor tendencia a poca actividad necesidad de reconocimiento (Quesada, 2010, p.58).

2.2.5. *Según el medio de transporte.*

Estas formas de turismo serán analizadas tomando en cuenta las características propias de las vías y rutas por donde transitan los vehículos que, a su vez definen y determinar su modalidad, es decir, los distintos medios de transporte disponibles para la práctica del turismo:

1. Transporte terrestre
2. Transporte acuático
3. Transporte aéreo (Quesada, 2010, p.60).

2.2.5.1. *Transporte terrestre.*

“Existen básicamente dos elementos de transporte terrestre que son la vía férrea y la carretera. Ambas son vitales, pues una gran parte de los atractivos y de los servicios turísticos de un destino son accesibles por vehículos terrestres como estos” (Quesada, 2010, p.60).

2.2.5.2. *Transporte ferroviario.*

Viajar en modernos, confortables y rápidos ferrocarriles es muy atractivo por la infinidad de posibilidades que ofrecen. [...].

Algunas de las ventajas que ofrece el transporte ferroviario son la comodidad y diversidad de servicios ofrecidos, no solo abordo, sino también en las terminales (bares,

restaurantes, tiendas, transporte público, diversiones); los descuentos promocionales; la seguridad y el disfrute del paisaje (urbano, rural, natural) (Quesada, 2010, p.61).

2.2.5.3. *Transporte por carretera.*

“Según la ubicación y condiciones del destino visitado, las personas pueden viajar en sus propios autos o alquilarlos a una empresa local; pueden utilizar el transporte público (taxis o autobuses) o bien, participar en un recorrido organizado por un turoperador” (Quesada, 2010, p.62).

2.2.5.4. *Transporte acuático.*

“Los medios de transporte acuáticos son de tres tipos: fluviales (ríos), lacustres (lagos), y marítimos” (Quesada, 2010, p.64).

2.2.5.5. *Transporte marítimo.*

En estos viajes se tiene la oportunidad de divertirse, descansar, comer buenos y abundantes platillos, socializar con otros, asolearse, practicar deportes, disfrutar del clima y paisaje marítimos, visitar países distintos, hacer compras y muchas otras actividades que ningún otro tipo de transporte brinda (Quesada, 2010, p.65).

2.2.5.6. *Transporte lacustre.*

[...], las embarcaciones empleadas en los lagos (cruceiros lacustres) ven circunscrito su ámbito de acción a su medio acuático, el cual puede ser de gran extensión (Grandes Lagos, Titicaca, Nicaragua). [...].

Los lagos, por sus características paisajistas y condición de navegabilidad, son en muchos casos atractivos turísticos de gran importancia internacional y la mejor manera de disfrutar su belleza es recorriéndoles en bote (Quesada, 2010, p.69).

2.2.5.7. Transporte fluvial.

Los ríos navegables son esenciales por ser vías de comunicación que proporcionan la oportunidad de disfrutar d gran variedad de paisajes (urbano, rural, industrial, natural, agrícola) existentes en sus riberas. Las embarcaciones con que se cuenta para su recorrido varían según sean sus propósitos. Los botes empleados para las excursiones turísticas (cruceos fluviales) cuentan con ventanas panorámicos, servicios de bar y restaurante, camarotes, guías turísticos y capacidad variable con su tamaño y numero de cubiertas (Quesada, 2010, p.70).

2.2.5.8. Transporte aéreo.

La comodidad, rapidez, seguridad y conveniencia de la transportación aérea, aunada al crecimiento de las compañías y de la frecuencia de vuelos, facilitan el desplazamiento de los turistas a prácticamente cualquier destino del mundo, siempre y cuando existan las condiciones necesarias para el aterrizaje, la atención y el despegue de las aeronaves (Quesada, 2010, p.73).

2.2.6. Según el volumen de turistas y sus ingresos.

2.2.6.1. Turismo social.

En suma, turismo social es aquel que practica las personas con menores ingresos, principalmente dentro de su territorio. Algunas de sus características son: gastos muy reducidos, corta permanencia, empleo de transportes colectivos o publico, facilidades para el pago del costo de sus vacaciones, motivaciones de placer, recreación y descanso (Quesada, 2010, p.76).

2.2.6.2. Turismo masivo.

De esta manera, se vuela en clase económica (turista); se duerme en hoteles con tarifa atractivas, pero confortables (no lujosos); se come en restaurantes de precios moderados (no gastronómicos) y, de forma similar, los demás gastos que se realicen

(tours, compras, esparcimiento) serán regidos por la limitación a un presupuesto de gastos de viaje (Quesada, 2010, pp.76-77).

2.2.6.3. *Turismo selectivo.*

También es conocido como turismo de lujo, por el nivel, la calidad y el costo de los servicios demandados por quienes lo practican. Es un turismo exclusivo o elitista, pues es de clases privilegiadas y está constituido por personas que, por su estilo de vida, condición política, económica o social, requieren de los mejores servicios (Quesada, 2010, p.77).

2.2.7. *Según las escalas del viaje.*

“A este grupo corresponden los viajes con paradas intermedias entre el lugar de origen y el destino. Es decir, que se detienen en dos o más lugares antes de llegar al destino final o regresar al país de origen” (Quesada, 2010, p.79).

2.2.8. *Según las motivaciones.*

Los tipos de turismo se determinan en virtud de las motivaciones que le confieren sus características a cada segmento. Cada tipo, a su vez, puede ramificarse en diversidad de modalidades, según las particularidades de los consumidores y de las actividades turísticas en que participen. Los tipos de turismo que se estudian en este capítulo son los siguientes:

1. Turismo cultural
2. Turismo deportivo
3. Turismo de placer o de recreo
4. Turismo de salud
5. Turismo de negocios: turismo de congresos y convenciones, viajes de incentivos, ferias y exposiciones
6. Turismo naturalista: naturaleza suave (*soft nature*), naturaleza fuerte (*bard nature*), ecoturismo

7. Turismo sostenible
8. Otros tipos: turismo de aventura, turismo alternativo, turismo libertino (Quesada, 2010, p.95).

2.3. Sector turístico por mundos del Ecuador.

Las cuatro regiones del Ecuador; Andes, Galápagos, Amazonia y Costa ofrecen variedad de prácticas turísticas, como las citadas a continuación:

2.3.1. Turismo de sol y playa.

Es una modalidad de gran volumen, que se practica en enclaves turísticos costeros, que pueden ser poblaciones costeras, resorts de playa de alta densidad o enclaves en entornos naturales con baja densidad. La motivación de sol y playa se complementa generalmente con diversión y relax (Tourism & Leisure Advisory Services [T & L], 2007, p.74).

2.3.2. Turismo comunitario.

Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados (T & L, 2007, p.74).

2.3.3. Turismo cultural.

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se

relacionan las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía , Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE-Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas (T & L, 2007, p.74).

2.3.4. Turismo urbano.

El turismo hace referencia a los viajes realizados a las ciudades o los lugares de gran densidad poblacional. Suelen ser viajes de corta duración (de uno a tres días), por lo que puede afirmarse que está estrechamente vinculado al mercado de las vacaciones cortas (T & L, 2007, p.75).

2.3.5. Ecoturismo y turismo de naturaleza.

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema nacional de áreas protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea. Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado. Para esta línea de producto, se relacionan los siguientes variantes de producto tales como Parques Nacionales, Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde sobresale la Observación de Aves, Mamíferos marinos, Mariposas, Orquídeas.) (T & L, 2007, p.75).

2.3.6. Turismo de deportes y aventura.

El turismo deportivo puede definirse como las personas o l grupo de personas que participan activa o pasivamente (es decir, en calidad de espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual. El turismo de aventura hace referencia a los viajes relacionados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico. El turismo de aventura puede definirse más precisamente como turismo de gran aventura y turismo de pequeña aventura. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Deportes terrestres, Deportes fluviales, Deportes aéreos, Deportes oceánicos, Otros deportes (T & L, 2007, pp.75-76).

2.3.7. Turismo de salud.

El turismo de la salud es “la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un cambio de ubicación y de residencia de las personas para promover, estabilizar y en lo apropiado, restablecer el bienestar físico, mental y social mientras usa servicios médicos y para quien el lugar en donde él está permaneciendo no es su domicilio permanente o su lugar de trabajo. Esta definición se contempla con la definición de turismo de bienestar:”la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un viaje y residencia de las personas cuya principal motivación es preservar o promover su salud. Se quedan en un hotel especializado que provee el conocimiento profesional apropiado y trato personalizado. Requieren un paquete de servicios que abarca cuidado de la salud, la belleza, una nutrición saludable, dieta, relajamiento, meditación y actividades mentales educativas. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Termalismo, Medicina Ancestral, SPA´s y Otros (T & L, 2007, p.76).

2.3.8. Agroturismo.

“Es la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias individuales. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Haciendas, Fincas y Plantaciones” (T & L, 2007, p.76).

2.3.9. MICE-reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones.

Las reuniones y conferencias forman parte del sector conocido como “MICE- Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions-” Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones. Pertenecen al segmento del turismo conocido como turismo de negocios. El turismo de las reuniones y conferencias se refiere a las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia o de acompañar a una persona que participara en la misma. Otras variantes que incluye esta línea son negocios, congresos, seminarios, incentivos, simposios, convenciones, ferias y eventos (T & L, 2007, p.77).

2.3.10. Turismo de cruceros.

“El turismo de los cruceros se refiere a los viajes de placer en un velero o un barco” (T & L, 2007, p.77).

Sea cual sea la forma de turismo, es necesario mantener en cuenta la calidad del servicio que se esté prestando para satisfacer los requerimientos de los visitantes, pues de ello dependerá futuras visitas o recomendaciones a familiares y conocidos más cercanos. Algunos de estos tipos de turismo podrán aportar al cambio de la matriz productiva en el cantón Rumiñahui, en la investigación de mercado se determinara cuál de ellos es el más solicitado por turistas y moradores para ser fomentados.

3. Transporte y logística

España. Gobierno de Canarias (2012) afirma:

El turismo es una experiencia de movilidad, el transporte es un punto caliente por el que pasan todos los turistas. Los operadores e infraestructuras son elementos claves para el desarrollo turístico. Uno de los aspectos más innovadores es eliminar las barreras a la conectividad e intermodalidad, interna (entre islas) y externa. Se identifican las siguientes mejoras y capacidades:

- Inteligencia en el uso de las infraestructuras y tecnología existentes para mejorar movilidad interna y externa (tiempos, espacio, tarifas).
- Mejora en la coordinación y colaboración entre agentes, optimización de los modelos de gestión, reducción de tiempos en la gestión y e-administración. Buscar fórmulas de cooperación conjunta (interurbano, carga y descarga, despejar las urbes, turismo de más calidad).
- Interoperabilidad entre sistemas para mejorar la gestión del conocimiento disponible (compañías, administración en turismo y transporte y usuario final).
- Formación para la calidad adaptada a las necesidades del sector, la mayor carencia detectada son los idiomas y a veces mala actitud. Es necesaria una prestación de servicios de calidad y buen trato personal.
- Eficiencia energética, la marca cero emisiones atractiva para el turista, como ejemplos destaca el uso del vehículo eléctrico y cambio de combustible en buques (gas).
- Toma de conciencia de que el resultado turístico final no está sólo en la tecnología sino en el trato de las personas (p.1).

Instituto de promoción de exportaciones e inversión [PROECUADOR] (s/f) afirma:

El desarrollo del sector de transporte y logística es considerado prioritario por el Gobierno Nacional como condición necesaria para el cambio de la matriz productiva. Los servicios de transporte y logística afectan de forma transversal a muchos de los sectores de la economía y son un componente básico para la competitividad sistémica (p.1).

Ministerio de Transporte y Obras Públicas del Ecuador [MTOPE] (2013) afirma:

Con un mejor diseño de movilidad se lograra la interconexión de los modos de transporte para enlazar los puntos de producción con los de consumo y exportación, para multiplicar el comercio local e internacional. La innovación de los sistemas de comunicación y la profesionalización del sector, serán el común denominador en todos los modos de transporte (p.1).

Otro de los sectores prioritarios en el análisis del turismo es el transporte y logística que hace un papel fundamental en la interconectividad de los visitantes con los diversos lugares y actividades de recreación. De acuerdo al Gobierno de Canarias, es necesario; acortar tiempos de traslado entre una localidad hacia el lugar de destino. En este caso el cantón Rumiñahui se encuentra en una zona estratégica por donde pasan las principales vías de acceso al aeropuerto Tababela, al centro histórico de Quito, al Antisana, al volcán Cotopaxi, etc. lugares turísticos que permitirían expandir las trayectorias de un transporte turístico propio del cantón Rumiñahui.

4. Servicios ambientales

Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2005) afirma:

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Oficina Europea de Estadística (Eurostat), proponen una definición bastante comprehensiva al establecer que este sector está integrado por “*actividades que producen bienes y servicios destinados a medir, prevenir, limitar, minimizar o corregir daños ambientales al agua, aire y suelo, así como problemas relacionados con residuos, ruido y ecosistemas. Ello incluye tecnologías más limpias, productos y servicios que reducen el riesgo ambiental y minimizan la contaminación y el uso de los recursos*”. Este universo incluiría equipo y sus componentes, productos de consumo final, la prestación de servicios y la construcción u operación de instalaciones (Ver cuadro 1.1.) (pp. 13-16).

CEPAL (2004) afirma:

Conforme a los objetivos de este trabajo y para mayor claridad en el análisis, se dividen los servicios ambientales en dos rubros principales, a sabiendas de que su combinación es la más usual en relación con el turismo.

1. Los servicios ambientales ecológicos

A reserva de mayor detalle en el apartado de clasificación, se consideran en esta categoría los servicios que se originan en la naturaleza y que son de vital relevancia para el turismo, en especial el de “sol y playa” y el de observación de la belleza escénica y/o biodiversidad. El valor que se les adjudica según diversas metodologías se aborda en la sección de valoración.

2. Los servicios ambientales humanos

Son los que se ocupan de la conservación, gestión, limpieza y manejo de desechos ocasionados por las actividades humanas sobre el ambiente.

En el turismo, ambos tipos de servicios ambientales son insumos para crear un medio ambiente protegido, o restaurarlo a su anterior valor o bien otorgarle un valor añadido (p.7).

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca [MAGAP]. Subsecretaría de Producción Forestal. (s/f) afirma:

Se consideran servicios ambientales:

- La regulación de los gases de efecto invernadero.
- La captación y retención de agua en los ecosistemas (para uso doméstico, industrial, turístico, agrícola e hidroeléctrico).
- La belleza escénica de los ecosistemas (un insumo fundamental de la actividad turística).
- La regulación del clima.
- Polinización y dispersión de semillas, hábitat para la fauna.
- Conservación de suelos.
- Preservación de valores culturales (p.1).

Es evidente que las estaciones climáticas del mundo están cambiando de una forma abrupta y que la falta de responsabilidad con el medio ambiente, al final afectara a todos. Por tanto es necesario iniciar lo antes posible auto-concientizándonos y concientizando a los más cercanos con el cuidado del medio ambiente; cabezas de hogar con sus esposos e hijos, empresa con sus clientes internos, externos y proveedores, gobiernos con sus habitantes, etc. En la vida todos se han sometido a la moda, a la comodidad que ofrece obtener un producto listo para el consumo, pero que hay detrás de cada comodidad, tal vez por la compra de un labial, ecosistemas fueron dañados para extraer el petróleo y producir el labial; o al comprar un automóvil la contaminación atmosférica sigue aumentando; al comprar papel bond, miles y miles de árboles están siendo deforestados, acciones como estas y muchas más siguen aumentando día a día.

5. Cantón Rumiñahui

5.1. Historia.

5.1.1. *Antes de la Conquista Española.*

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Rumiñahui [GADMUR] (2012) afirma:

En la época pre-incásica en el Valle de los Chillos las comunidades estaban dispersas: los Inga, Pingolqui y Puembo se agruparon entre sí y crearon otros asentamientos nuevos, siendo ellos: Uyumbicho, Urin Chillo (Sangolquí), Anan Chillo, Alangasí, Conocoto, Pintag y Changally.

La dominación del Inca, acaecida a finales del siglo XV, ocasionó un cambio político administrativo, tal es así que el control se ejercía a través de un Gobernador para toda la zona, además de un Curaca para cada uno de los asentamientos. Chillo, ya siendo una dependencia del Incásico, se dividió en el pueblo de arriba (Anan Chillo) y en el pueblo de abajo (Urin Chillo) (p.10).

5.1.2. *La Conquista Española.*

GADMUR (2012) afirma:

Los ibéricos a su llegada notaron muchos “pueblos de naturales” y que reconocen como autoridad política a un miembro privilegiado del propio grupo. Tal autoridad es denominado “Señor Étnico”, este término equivale a “jefe” e incluye a las categorías llamadas “kuraka”, “cacique” o “principal” dentro de la terminología colonial” Con el tiempo, las dos aldeas tomaron el nombre de sus caciques principales “AMAGUAÑA los de Anan-Chillo y SANGOLQUI, los de Urin-Chillo...” Posterior a la conquista española “Quimbalembo era señor de los Chillos, este valle y sus alrededores constituían un Gran Cacicazgo que comprendía a otros menores como Chillo (Sangolquí), Alangasí, Conocoto, Amaguaña, Ichubamba, Uyumbicho, Tolontag y Pintag. El Cacique principal o Gran Cacique era un Régulo, con sede en Sangolquí, que ejercía autoridad sobre los caciques y cacicazgos menores” (pp.10-11).

5.1.3. *La Colonia.*

GADMUR (2012) afirma:

En el tránsito de la vida colonial se notaron grandes cambios de orden administrativo, los alcaldes eran designados por el Cabildo de Quito, se nombraban a los naturales más representativos, tal es así que en sesión de 7 de enero de 1594 se nombra a Zangoliquín “En este día se trató por el dicho Corregidor y Cabildo que por cuanto los Alcaldes de Anansaya y Urinsaya (Ananchillo y Urinchillo AGF), que han sido el año pasado de noventa y tres han cumplido un año y es necesario nombrar otros indios que sean tales Alcaldes..., para que lo sean este presente año de 1594, con lo cual se dio la vara de tal Alcalde a Don Juan Sangolquí, el cual la recibió y juró en forma de usar bien y fielmente el dicho oficio...” El territorio de Chillo fue dividido entre los religiosos de la Compañía de Jesús y otros blancos que constan en el registro de propiedades del Cabildo, “los jesuitas manejaron, en la colonia, una hábil política para el enriquecimiento de la Comunidad, adquirieron haciendas enormes, con indios y esclavos, cultivos y ganados, en la mayor parte del Altiplano y en algunas de la costa... Los bienes raíces de los jesuitas, sus haciendas, eran sin disputa los mejores de todas estas comarcas, por la calidad de los terrenos y por lo bien cuidado y administrado de todas ellas: a casa una le sobraba indígenas para el laboreo de los campos en los climas fríos, y negros esclavos para el cultivo de la caña de azúcar en los valles ardiente”

En el registro de González Suarez constan seis haciendas y macrofundíos en el Valle de los Chillos de posesión de los jesuitas en la Colonia:

1. Chillo Compañía con un obraje, mil quinientos dependientes, un batán, dos molinos, tenería y tapona de aceites.
2. Pinlocoto, daba por término medio cada año siete mil sacos de maíz. 3. Loreto 4. Don Pedro
3. El Salto.
4. Pedregal y Villavicencio, iniciaba en Sangolquí y limitaba con las Selvas trasandinas, tenía la hacienda 8000 vacas y 20000 ovejas, se recogía 1000 arrobas de lana al año (p.11).

5.2. Creación del cantón.

GADMUR (2012) afirma:

Sangolquí –como originalmente fue su nombre- fue elevado a la categoría de parroquia mediante la Ley de División Territorial el 29 de mayo de 1861; el 31 de mayo de 1938 a Sangolquí se la eleva a la categoría de Cantón, separándola de Quito y se le cambia el nombre por el de Rumiñahui (p.13).

5.3. Ubicación geográfica.

GADMUR (2012) afirma:

El cantón Rumiñahui es uno de los ocho cantones que integran la en la provincia de Pichincha, y se encuentra ubicado en el centro de la misma en el Valle de los Chillos, al sur de la ciudad de Quito, capital de la República del Ecuador. La cabecera cantonal es Sangolquí (p.14).

5.4. Límites.

GADMUR (2012) afirma:

El cantón Rumiñahui mediante Registro Oficial N° 179, del 2 de junio de 1938 decreta elevar de categoría a la parroquia Sangolquí, tomando como nombre Rumiñahui y la cabecera cantonal la ciudad de Sangolquí; además, San Pedro de Taboada, San Rafael y Cotogchoa y Rumipamba como parroquias rurales. Para el año 1987 se realiza la declaratoria de las parroquias urbanas de la cabecera cantonal Sangolquí conformada por las parroquias urbanas San Rafael, San Pedro de Taboada y la parroquia Matriz Sangolquí; se definen entre las parroquias rurales y urbanas del cantón así como también las zonas urbanas, con los respectivos límites, de acuerdo al Registro Oficial N° 838 del 23 de Diciembre de 1987. El cantón se encuentra limitado de la siguiente manera: Al norte: con el Distrito Metropolitano de Quito; el río San Pedro como límite natural, los mismos que se encuentran unidos por la Autopista General Rumiñahui que une diferentes parroquias de los dos cantones, y es el medio para llegar hacia Quito. Al sur: con el cantón Mejía y el Cerro Pasochoa. Al este: con el Distrito Metropolitano de Quito, con las parroquias rurales de Alangasí y Pintag, cuyo límite natural es el río Pita; y. Al oeste: con el Distrito Metropolitano de Quito con las parroquias rurales Amaguaña y. Conocoto cuyo límite natural es el río San Pedro (pp.14-16).

5.5. Organización territorial cantonal.

GADMUR (2012) afirma:

“El cantón Rumiñahui se encuentra constituido dentro de su cabecera cantonal Sangolquí por tres parroquias urbanas: San Pedro de Taboada, San Rafael, la parroquia Matriz Sangolquí y dos parroquias rurales Cotogchoa y Rumipamba” (ver tabla 1.1.) (p.16).

5.6. Actividades productivas principales.

“La población del cantón Rumiñahui tiene cinco principales ramas de ocupación las mismas que representan el 26,32% del total de la PEA” (ver tabla 1.2.) (p.22).

6. Direccionamiento estratégico

Aguilera (2010) cita a los siguientes autores para definir el direccionamiento estratégico, como;

Ansoff, Declerck y Hayes (1988) plantean una transformación de la postura estratégica; [...]. La planificación estratégica y el direccionamiento estratégico son enfoques que presentan diferencias; Betancourt (2005) plantea que la dirección estratégica es un concepto más general que abarca al primero. Ansoff (1997) establece que un resultado final de la dirección estratégica es el potencial para el logro futuro de los objetivos de la organización. Aunque no se puede negar la importancia de las áreas de dirección operativa, es vital reconocer, como lo plantean Johnson y Scholes (2001), que el alcance de la dirección estratégica es mayor que el de cualquiera de las áreas de dirección operativa. Laínez y Bellostas (1991, pp. 503-504) plantean que el objetivo principal de la dirección estratégica es formular la estrategia y los planes de actuación empresarial, intentando anticiparse a previsible acontecimientos futuros. Manso (1991); Ronda y Macarné (2004); Fernández (2001); Hill y Jones (1996); Vidal (2004); Fuentelsaz, Polo y Maicas (2003); Dixit y Nalebuff (1991); Victore (2005), entre otros, plantean la importancia del empleo de la estrategia como una herramienta de dirección en un mundo cada vez más cambiante. La planeación estratégica se realiza a largo plazo y se centra en la organización como un todo; diversos autores como Certo (2001); Harrington (1997); Rodríguez (2005); Mintzberg, Quinn y Ghoshal (2006); Cetdir (2007), entre otros, han enfatizado en la importancia de la planificación estratégica a partir de la posición que ocupa como función administrativa y en cuanto actividad que afecta todas las otras funciones y a la organización, en conjunto. Según Camacho (2002, p. 2), el direccionamiento estratégico “es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección”. Esto implica que la dirección estratégica va más allá de la simple y tradicional planeación, puesto que trata de dar elementos a los gerentes a fin de que estén preparados para enfrentar los cambios del entorno, y las situaciones complejas y no rutinarias que la actividad gerencial requiere. Thompson y Strickland (2004, p. 6) la definen como “el proceso administrativo de crear una visión estratégica, establecer los objetivos y formular una estrategia, así como implantar y ejecutar dicha estrategia, pensamiento & gestión, 28. Universidad del Norte, 85-106, 2010 89 Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación y después, con el transcurso del tiempo, iniciar cualesquier ajustes correctivos en la visión, los objetivos, la estrategia, o su ejecución que parezcan adecuados”. Según Saloner,

Shepard y Podolny (2005, p. 1), “la administración estratégica tiene el objetivo fundamental de dar apoyo al administrador en la búsqueda continua de métodos mediante el desarrollo de un conjunto de herramientas y mapas conceptuales que permitan descubrir las relaciones sistémicas que existen entre las decisiones tomadas por el administrador y el desempeño alcanzado por la organización”. Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998, p. 386), citando a Peters, expresan que “la dirección estratégica se define como el manejo de una organización con base en un plan estratégico explícito”; la dirección estratégica involucra la ejecución de un plan estratégico que haya captado el compromiso del personal encargado de ejecutarlo; es aquí en donde radica su gran importancia y la diferencia clave con los sistemas de planificación que se concentran en alcanzar metas formales sin la participación real del personal. Según Díez de Castro y García del Junco (2001, p. 223), “la dirección estratégica es un proceso para la dirección de las relaciones de la firma con su ambiente. Consta de planificación estratégica, planificación de la capacidad y dirección del cambio”. Para Dess y Lumpkin (2003, p. 3), la dirección estratégica es “el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas competitivas”; de igual modo Jarillo (1992, p. 200) plantea que “la dirección estratégica es aquella, por tanto, que consigue dirigir toda la empresa a la consecución de la ventaja competitiva”. Ansoff (1997, p. 259) plantea que “la actividad de la dirección estratégica se relaciona con el establecimiento de objetivos y metas para la organización y con el mantenimiento de una serie de relaciones entre la organización y el ambiente que (a) le permitan lograr sus objetivos; (b) [...] su congruencia] con las capacidades de la organización y (c) [...] su sensibilidad a las demandas del entorno”. Para Garrido (2003), un sistema e dirección estratégica puede considerarse un sistema dinámico de anticipación en la medida en que se basa en una constante observación tanto de las fuerzas internas como de los 90 pensamiento & gestión, 28. Universidad del Norte, 85-106, 2010 Adriana Aguilera Castro cambios en el entorno que lo afectan, con el propósito de conseguir adelantarse a los posibles cambios en las tendencias, de tal manera que la organización pueda hacer frente con éxito a los nuevos retos. Johnson y Scholes (2001, p. 14), por su parte, definen que “la dirección estratégica se ocupa de la complejidad derivada de las situaciones ambiguas y no rutinarias con implicaciones sobre la totalidad de la organización más que sobre operaciones específicas”. Según estos autores, este es uno de los principales desafíos para los directivos que están acostumbrados a gestionar día a día los recursos bajo su control, y que ocupan la mayor parte de su tiempo en una planeación operativa; olvidando que esta no debe ser su meta final y mucho menos absorber todo su tiempo. Después de hacer referencia a las definiciones de diferentes autores, se considera que la planteada por Ansoff (1997) representa un aporte valioso en tanto logra una adecuada integración

entre los llamados aspectos centrales para el buen desarrollo de una organización en un ambiente determinado y los que se consideran aspectos principales, es decir, lograr la orientación hacia sus objetivos; definir su capacidad interna y dar respuesta a las exigencias del entorno (pp-87-90).

En conclusión, el direccionamiento estratégico abarca la creación de una serie de actividades a seguir (estrategias) para poder aclarar un proceso que permita la consecución y realización de los objetivos preestablecidos.

Para planificar es necesario; analizar la creación de metas y formulación de estrategias después será necesario implementarlas, al poner en marcha las estrategias y a la vez que se las controle para alcanzar las metas establecidas.

Los planes de actuación deben orientarse a aprovechar una situación actual, en este caso el cambio de la matriz productiva que pretende impulsar otros sectores económicos como el turismo.

Para encaminarse a dicho cambio es importante desarrollar; elementos, métodos, y herramientas de acción que permitan estar preparados a un evolución de sector a sector (del sector petrolero al sector turístico).

Ahora es el momento de crear, formular e implementar una estrategia para que todos trabajen en una misma dirección y se direccionen a alcanzar metas para tener ventajas competitivas.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

1. El inicio del proceso cualitativo: planteamiento del problema, revisión de la literatura, surgimiento de la hipótesis e inmersión en el campo

1.1. ¿Qué es plantear el problema de investigación cualitativa?.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2006) afirma:

“Una vez concebida la idea del estudio, el investigador debe familiarizarse con el tema en cuestión” (p.524). Esto conllevaría a que el investigador busque la mayor información posible del tema estudiado y agrupe cada información a fin de aclarar ideas fluctúas sobre el tema en cuestión, por tanto aquí radica la importancia del marco teórico donde se detalla información necesaria para entender inicialmente el tema y así descubrir el problema de la investigación. Posteriormente Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma: “El planteamiento cualitativo suele incluir los objetivos, las preguntas de investigación, la justificación, y la viabilidad, además de una exploración de las deficiencias en el conocimiento del problema y la definición inicial del ambiente o contexto” (p.524).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Los objetivos y preguntas poseen una naturaleza distinta en la investigación cualitativa, ya que en esta no se busca precisar ni acotar problema o fenómeno de estudio al comenzar el proceso. Tales elementos del planteamiento son más bien enunciativos y constituyen un punto de partida en la investigación.

La justificación es importante, al igual que en los planteamientos cuantitativos, particularmente cuando el estudio necesita de la aprobación de otras personas. Finalmente, requieren una razón para llevarse a cabo, apareciendo los criterios; conveniencia, relación social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica. Asimismo, en la justificación se pueden incluir datos cuantitativos para dimensionar el problema de estudio, aunque el abordaje sea cualitativo. [...]

La viabilidad es un elemento que también se valora y se ubica en cuanto a tiempo, recursos y habilidades. Es necesario cuestionarse; ¿es posible llevar a cabo el estudio?, ¿poseemos los recursos para hacerlo?

En relación con las deficiencias en el conocimiento del problema, constituyen un elemento que se considera principalmente si se decide revisar la literatura relacionada con el tema de la investigación. [...] Puede ocurrir que se pretenda plantear un problema cualitativo cuando hay poca investigación inductiva respecto a un tema; esto es, que se han realizado diversos estudios cuantitativos, pero no se indagado el fenómeno de manera cualitativa o se requiere profundizar en ciertos resultados de tales estudios.

Si los planteamientos cuantitativos pueden modificarse, lo cualitativos con más razón. Su flexibilidad es aún mayor. Estos últimos, en lugar de establecer variables “exactas”, identifican conceptos esenciales para iniciar la investigación.

Williams, Unrau y Grinnell (2005) establecen una excelente metáfora de lo que representa un planteamiento cualitativo: es como entrar a un laberinto, sabemos dónde comenzamos, pero no donde habremos de terminar. Entramos con convicción, pero sin un “mapa” preciso (pp. 524-525).

Representando la metáfora anterior en el 2014, Wes Ball dirigió la película *Correr o Morir*, la cual consistía en un grupo de jóvenes encerrados en el centro de un laberinto y donde cada treinta días llegaba alimento y un joven mas sin ningún recuerdo en su memoria, con la llegada del último prisionero y ante diversos problemas, el grupo decide dividirse en dos partes; el primero con el objetivo de escapar del laberinto y el segundo con el objetivo de sobrevivir en el laberinto. Los primeros logran su objetivo gracias a la ayuda de dos jóvenes quienes conocían el laberinto y lo habían recorrido durante varios años tratando de buscar una salida, ellos sabían que el laberinto era transitable en la mañana pero no en la noche, pues todos morían. Al termino del día todos descubren el porqué de las muertes y tratan de subsistir ante las amenazas del entorno, pero con un desenlace poco esperado pues al salir del laberinto descubren la fatal crisis por la que está pasando su mundo y el porqué ellos fueron enviados a ese laberinto. Direccinando este ejemplo al proceso cualitativo, el investigador deberá ingresar a un mundo poco inusual con variada información como un punto de partida para entender el fenómeno de estudio y con la ayuda de sus observaciones encontrar resultados favorables o

desfavorables (problemas). En conclusión, este tipo de investigación será adaptable a los cambios que se presenten en el transcurso del estudio, tanto objetivos, problemas, contextos, muestras y otros elementos serán modificables, siempre y cuando existan bases de conocimiento profundos que permitan la incorporación de más experiencias, vivencias, conceptos, ideas y opiniones.

Por otro lado, “... es necesario elegir un contexto o ambiente donde se lleve a cabo el estudio, pues aunque los planteamientos cualitativos son más generales, deben situarnos en tiempo y lugar (Creswell, 2005)” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.526).

1.2. ¿Qué papel desempeña el marco teórico en la investigación cualitativa?.

Cuando se aprende a hablar, por lo general existen familiares cercanos que proporcionan pequeñas frases o palabras para que un niño aprenda a comunicarse con quienes le rodean. De igual forma en un estudio de cualquier tipo que sea, será necesario adentrarse al significado de cada palabra que conforma el tema de investigación.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

En los estudios cualitativos, más que integrarse a un marco teórico formal, como lo es en el caso de la investigación cuantitativa, se revisa la literatura con los propósitos comentados previamente y su papel varía en el inicio y la parte final del estudio. [...]

En diversos estudios cualitativos, la literatura se revisa y se mantiene “conceptualmente “distante al comenzar a recolectar datos y posteriormente se va consultando de acuerdo con la evolución de la investigación, en este sentido, su función esencial [...]es de consulta. En los estudios cuantitativos, el papel de la teoría es establecer relaciones entre variables o constructores que describen y explican un fenómeno. En la indagación cualitativa su papel auxiliar implica proveer de ideas no contempladas, pero que, desde luego, se ajustan al contexto y desarrollo del estudio; que al final, le permita al investigador “ir más allá del evento local”, al relacionarlo con eventos similares. La literatura colabora a mejorar el entendimiento de los datos recolectados y analizados, pero siempre el investigador se orienta

fundamentalmente por los resultados que emergen del trabajo en el contexto o ambiente particular (pp.531-532).

Es decir que sin desviarse del tema de estudio, es necesario seguir recabando información de diversas fuentes bibliográficas que amplíen lo ya conocido y alimenten las futuras interpretaciones.

1.3. ¿Qué papel desempeñan las hipótesis en el proceso de investigación cualitativa?.

Los supuestos que puede o no llegar a realizarse en cuanto a este tipo de estudio, se generaran independientemente del tiempo en que se las deba construir, como el siguiente autor lo explica.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

En los estudios cualitativos, las hipótesis adquieren un papel distinto al que tienen en la investigación cuantitativa. En primer término, en raras ocasiones se establecen antes de ingresar en el ambiente o contexto y comenzar la recolección de los datos (Williams, Unrau y Grinnell, 2005). Más bien, durante el proceso, el investigador va generando hipótesis de trabajo que se afinan paulatinamente conforme se recaban más datos, o las hipótesis son uno de los resultados del estudio. Las hipótesis se modifican sobre la base de los razonamientos del investigador y, desde luego, no se prueban estadísticamente.

Las hipótesis de trabajo cualitativas son; emergentes, flexibles y contextuales, se adaptan a los datos y avatares del curso de la investigación (p.533).

Por lo tanto, las hipótesis construidas en esta investigación podrán formar parte de las discusiones y líneas de investigación que se enlistaran en el ultimo capítulo, y adicional a estas hipótesis se enlistaran las líneas a investigar y sus objetivos para futuras comprobaciones.

1.4. Una vez hecho el planteamiento inicial y definido el papel de la literatura, ¿que sigue?.

1.4.1. *El ingreso en el ambiente (campo).*

Definir el escenario, es otro de los pasos prevalecientes, pues al conocer el lugar donde se desarrollaran diversos acontecimientos será más factible tener una percepción de quienes podrían ser los participantes, cuales serian sus ideologías, creencias o hasta acercarse a otros escenarios con más elementos de estudio. En el caso de a ver elegido un escenario erróneo, es posible cambiarlo por otro que contenga mas acontecimientos y proporcionen un mayor información.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Una vez elegidos el ambiente, contexto o lugar apropiado, es necesario empezar a responder las preguntas de investigación. El ambiente puede ser tan variado como el planteamiento del problema [...]. Y el contexto implica una definición geográfica, pero es inicial, puesto que puede variar, ampliarse o reducirse. [...]

La primera tarea es explorar el contexto que se selecciono inicialmente. Lo que significa visitarlo y evaluarlo para cerciorarnos que es el adecuado. [...]Lograr el acceso al ambiente es una condición para seguir con la investigación e implica obtener permiso de parte de quienes controlan el ingreso (denominados gatekeepers).

Lo anterior significa, sin lugar a dudas, negociar con estas personas [...].Es imprescindible exponerles el estudio, normalmente por medio de una presentación visual y la entrega del proyecto o protocolo [...]. Asimismo, podemos ofrecerles alguno de los productos o resultados, tales como: un diagnostico vinculado al planteamiento [...], contribuir a la solución de un problema [...], elaborar un plan o manuales [...], etc. [...]

Otro aspecto importante es que el investigador nunca debe elevar las expectativas de los participantes más allá de lo posible. A veces las personas piensan que la realización de un estudio implica mejorías en sus condiciones de vida, lo cual no necesariamente es cierto. Entonces tenemos que clarificar que se trata de una investigación cuyos resultados pueden diagnosticar ciertas problemáticas, pero únicamente se limita a esto. Lo más que podemos decir es en donde y a quien se les presentara el reporte de resultados. [...] (pp. 533-534).

Al presentar la investigación en el campo elegido, se pretenderá buscar grupos con las mismas características, de modo que al realizar las entrevistas, encuestas o cualquier tipo de técnica para recolectar datos, la información a extraer sea de mayor alcance.

1.5. Ingresamos al ambiente o campo: ¿y...?.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

El investigador debe hacer una inmersión total en el ambiente. Regularmente la primera tarea es decidir en qué lugares específicos se recolectaran los datos y quiénes serán los participantes (la muestra). Pero esta labor, a diferencia del proceso cuantitativo, no es secuencial, va ocurriendo y de hecho, la recolección de datos y el análisis ya se iniciaron. La inmersión total en el ambiente implica una serie de actividades físicas y mentales para el investigador o investigadora, entre las que menciona;

- Observar los eventos que ocurren en el ambiente [...].
- Establecer vínculos con los participantes [...].
- Comenzar a adquirir el punto de vista “interno” de los participantes respecto de cuestiones que se vinculen con el planteamiento del problema. [...].
- Recabar datos sobre conceptos, lenguaje y maneras de expresión, historias y relaciones de los participantes.
- Detectar procesos sociales [...].
- Tomar notas y empezar a generar datos [...].
- Elaborar descripciones del ambiente [...].
- Estar consientes de su papel y de las alteraciones que provoca (que deben ser anotadas).
- Reflexionar acerca de sus vivencias [...] (p.537).

Para destacar la importancia de elegir un buen contexto, en el presente estudio no solo se deberá dirigir la mirada hacia el espacio geográfico, sino que deberá tomar en cuenta a quienes se les realizara el estudio y también como se deberá ir adentrando a las vivencias de cada uno de los participantes.

1.5.1. *Las anotaciones o notas de campo.*

De acuerdo a Hernández Sampieri, R., y otros (2006), es preciso escribir todo lo que está sucediendo de manera cronológica y continua, sin desfavorecer o menospreciar cualquier tipo de dato, pues conservando un análisis holístico, el todo tendrá otro significado pero con la misma importancia que el de sus partes.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Las anotaciones pueden ser de diferentes clases y conviene tenerlas toda en la *observación cualitativa*, durante el ingreso al campo y el desarrollo completo del estudio. Básicamente son cinco tipos de anotaciones, que abajo se enumeran.

1. *Anotaciones de la observación directa.* Descripciones de lo que estamos viendo, escuchando, olfateando y palpando del contexto y de los casos o participantes observados. [...].
2. *Anotaciones interpretativas.* Comentarios sobre los hechos, es decir, las interpretaciones de lo que estamos percibiendo (sobre significados, emociones, reacciones, interacciones de los participantes). [...].
3. *Anotaciones temáticas.* Ideas, hipótesis, preguntas de investigación, especulaciones vinculadas con la teoría, conclusiones preliminares y descubrimientos que, a nuestro, vayan arrojando las observaciones. [...].
4. *Anotaciones personales* (del aprendizaje, los sentimientos, las sanciones del propio observador o investigador. [...].
5. *Anotaciones de la reactividad de los participantes* (cambios inducidos por el investigador), problemas en el campo y situaciones inesperadas (pp.541- 545).

Otro aspecto a tomar en cuenta según Hernández Sampieri, R., y otros (2006) es mantener anotaciones con respaldos audiovisuales de tal forma que eviten obstaculizaciones en los acontecimientos.

1.5.2. La bitácora o diario de campo.

Es como un cuadernillo personal, donde se relatan las propias vivencias y se confiesan triunfos o desdenes de su día a día.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Las anotaciones deben registrarse en lo que se denomina diario de campo o bitácora, que es una especie de diario personal, donde además se incluyen:

1. Las descripciones del ambiente o contexto (iniciales y posteriores). [...].
2. Mapas (del contexto en general y de lugares específicos).
3. Diagramas, cuadros y esquemas (secuencias de hechos o cronología de sucesos, vinculaciones entre conceptos del planteamiento, redes de personas, organigramas, etc.) [...].
4. Listados de objetos o artefactos recogidos en el contexto, así como fotografías y videos que fueron tomados (indicando cuando, fecha y hora, y por qué se recolectaron o grabaron y desde luego, su significado y contribución al planteamiento).
5. Aspectos del desarrollo o curso del estudio (como vamos hasta ahora, que nos falta, que debemos hacer), que también podrían ser anotaciones temáticas (pp.545-548).

Es usual que los participantes también tengan cuadernillos y que estos acoten más información a los cuadernillos del investigador.

2. Muestreo cualitativo

2.1. Después de la inmersión inicial: la muestra inicial.

De acuerdo a Hernández Sampieri, R., y otros (2006) la muestra se delimita al inicio o durante el estudio, sin cumplir estrictamente las etapas de un proceso. La muestra puede fijarse orientada en el progreso del proceso inductivo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma la muestra, “en los estudios cualitativos no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados del estudio a una población más amplia” (p.562).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) recalca, la investigación cualitativa busca profundidad y calidad, mas no cantidad que ayude a entender el tema estudiado. Y concuerda con Mertens (2005) quien considera necesario, fijar unidades de análisis con cierto número de casos. Por otra parte “Creswell (2004) señala que en las investigaciones cualitativas los intervalos de las muestras varían de uno a 50 casos.”(Sampieri, 2006, p.564). O de acuerdo a “Alvarez Gayon (2004), quien realizo una encuesta con preguntas abiertas entres 15 mil padres de familia mexicanos, pero su formato no era un estudio inductivo, sino una encuesta (survey) [...]” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.564).

2.1.1. La muestra de participantes voluntarios.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

“La muestra de voluntarios son frecuentes en ciencias sociales y en ciencias de la conducta. Se trata de muestras fortuitas, utilizadas también en la medicina y la arqueología, donde el investigador elabora conclusiones sobre casos que llegan a sus manos de forma casual” (pp. 565-566).

2.1.2. La muestra de expertos.

Por otro lado Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que este tipo de muestras son más comunes en este tipo de estudios, ya que permiten extraer información más precisa para elaborar cuestionarios.

2.1.3. La muestra de casos-tipo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que este tipo de muestras son más comunes en estudios donde predomina la calidad de la información.

2.1.4. La muestra por cuotas.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que este tipo de muestras son más usuales en estudios de comercio en el que se aplicaran encuestas para conocer el criterio del entrevistado.

2.1.5. Muestras de orientación hacia la investigación cualitativa.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) citan a Miles y Huberman (1994) y a Creswell (1998 y 2005) para enlistar otras muestras no probabilísticas, como las que se enumeran a continuación;

1. Muestras diversas o de máxima variación: Buscan unidades de análisis diversas a fin de encontrar diferencias y semejanzas.
2. Muestras homogéneas: Buscan unidades de análisis idénticas y con características equivalentes a fin de centrarse en el tema de estudio.
3. Muestras en cadena o por redes (“bola de nieve”): Buscan unidades de análisis recomendados de tal forma que un encuestado, recomiende a otro para ser encuestado y así sucesivamente.
4. Muestras de casos extremos: Buscan unidades de análisis fuera de lo común.
5. Muestras por oportunidad: Son unidades de análisis que aparecen ante el investigador cuando el justo lo necesita.

6. Muestras teóricas o conceptuales: Buscan unidades de análisis que ayuden a entender y desarrollar conceptos y teorías.
7. Muestras confirmativas: Buscan nuevos casos para hipótesis que indican controversia.
8. Muestras de casos sumamente importantes para el problema analizado: Son casos que no pueden ser excluidos.
9. Muestras por conveniencia: Son casos con fácil acceso.

Por último Hernández Sampieri, R., y otros (2006) enfatiza el uso del planteamiento del problema, quien estará siempre sujeto a revisión y cambios.

3. Recolección y análisis de los datos cualitativos

3.1. Hemos ingresado al campo y elegimos una muestra inicial, ¿qué sigue?.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma que el proceso cualitativo no lleva una secuencia, pero si se direccionan a cumplir los objetivos y a responder las preguntas de estudio de una forma periódica. Para Hernández Sampieri, R., y otros (2006) en este tipo de investigaciones no es posible definir una etapa inicial y otra final, para iniciar otra más. Al ingresar al campo y observar los hechos, se está recolectando y analizando al mismo tiempo y durante todo esto la muestra se puede ir ajustando, aunque no siempre cambiando la muestra inicial.

3.2. La recolección de datos desde el enfoque cualitativo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que la finalidad de un estudio cualitativo es llegar a información en cualquier tipo de expresión para extraer entendimientos de cualquier acontecimiento, comprendiéndolos y aprendiendo de ellos de manera particular o agrupada, en lugar de recolectar datos para medir variables como en el estudio cuantitativo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma “La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis” (p.583). Por lo que es necesario, elegir un adecuado contexto para la recolección de datos, pues

ahí se desenvolverá la principal herramienta de recolección, el investigador. El investigador es quien receptara los datos para analizarlos, siempre y cuando logre la aceptación del entrevistado.

¿Qué tipos de unidades de análisis pueden incluirse en los procesos cualitativos, además de las personas o casos? Lofland y Lofland (1995) sugieren varias unidades de análisis, las cuales comentaremos brevemente. Hay que añadir que estas van de lo micro a lo macroscópico, es decir, del nivel individual al social.

1. Significados. Son las referencias lingüísticas que utilizan los actores humanos para aludir a la vida social como definiciones, ideologías o estereotipos. Los significados compartidos por un grupo son reglas y normas. Sin embargo, otros significados pueden ser confusos o poco articulados para serlo. Pero ello, en sí mismo, es información relevante para el análisis cualitativo.
2. Prácticas. Es una unidad de análisis conductual muy utilizada y se refiere a una actividad continua, definida por los miembros de un sistema social como rutinaria. Por ejemplo, los rituales (como los pasos a seguir para obtener una licencia de conducir o las prácticas de un profesor en el salón de clases).
3. Episodios. Son sucesos dramáticos y sobresalientes, pues no se trata de conductas rutinarias. Los divorcios, los accidentes y otros eventos traumáticos se consideran episodios y sus efectos en las personas se analizan en diversos estudios cualitativos. Los episodios llegan a involucrar a una pareja, una familia o a millones de personas, como sucedió el 11 de septiembre de 2001 con los ataques terroristas en Nueva York y Washington, o el huracán Katrina que azotó Louisiana en 2005.
4. Encuentros. Es una unidad dinámica y pequeña que se da entre dos o más personas de manera presencial. Generalmente sirve para completar una tarea o intercambiar información, y que termina cuando las personas se separan. Por ejemplo, una reunión entre un inspector municipal de sanidad o salubridad y el director de recursos humanos de una empresa, una revisión médica con un paciente.
5. Papeles. Son unidades conscientemente articuladas que definen en lo social a las personas. El papel sirve para que la gente organice y proporcione sentido o significado a sus prácticas. El estudio cualitativo de papeles es muy útil para desarrollar tipologías – que en cierto modo también es una actividad investigativa reduccionista-; sin embargo, la vida social es tan rica y compleja que se necesita de algún método para “codificar” o tipificar a los individuos, como en los estudios de tipos de liderazgo o clases de familias .

6. Relaciones. Constituyen diadas que interactúan por un periodo prolongado o que se consideran conectadas por algún motivo y forman una vinculación social. Las relaciones adquieren muchas “tonalidades”: íntimas, maritales, paternas, amigables, impersonales, tiranas o burocráticas. Su origen, intensidad y procesos se estudian también de manera cualitativa.
7. Grupos. Representan conjuntos de personas que interactúan por un periodo extendido, que están ligados entre si por una meta y que se consideran a si mismas como una entidad. Las familias, las redes y los equipos de trabajo son ejemplos de esta unidad de análisis.
8. Organizaciones. Son unidades formadas con fines colectivos. Su análisis casi siempre se centra en el origen, el control, las jerarquías y la cultura (valores, ritos y mitos).
9. Comunidades. Se trata de asentamientos humanos en un territorio definido socialmente donde surgen organizaciones, grupos, relaciones, papeles, encuentros, episodios y actividades. Es el caso de un pequeño pueblo o una gran ciudad.
10. Subculturas. Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías favorecen la aparición de una nebulosa unidad social; por ejemplo, la “cibercultura” de internet o las subculturas alrededor de los grupos de rock. Las características de las subculturas son que contienen a una población grande y prácticamente “ilimitada”, por lo que sus fronteras no siempre quedan completamente definidas. Los verdaderos seguidores o “hinchas” de Boca, River, el Real Madrid, el Barca, el América (en Colombia y México), el Guadalajara (chivas), el Colo-Colo, la Católica, Atlético Nacional, el Junior, Alianza, Sporting, Comunicaciones, etc., son subculturas muy importantes.
11. Estilos de vida. Son ajustes o conductas adaptativas que realizan un gran número de personas en una situación similar. Por ejemplo, estilos de vida adoptados por la clase social, por la ocupación de un sujeto o inclusive por sus adicciones (pp.583-585).

Queda a libre albedrío la combinación de estas y otras unidades de análisis.

3.3. El papel del investigador en la recolección de los datos cualitativos.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) sugiere que el investigador sea sensitivo y cortes con el entrevistado y con todo lo que recepta.

Mertens (2005) sugiere tres papeles fundamentales que puede desempeñar un investigador en el ambiente o escenario:

1. Supervisor: como figura autoritaria que revisa lo que ocurre en el contexto. Es un papel inconveniente porque la amplitud de la observación es limitada y el potencial de rechazo es enorme.
2. Líder: además de la autoridad, se agrega una dimensión de coordinación, que mejora la observación al extenderse, pero no lo suficiente.
3. Amigo: el investigador no asume una autoridad específica, sino que trata de establecer una relación positiva y cercana con los participantes, ya que se amplía sustancialmente la apreciación. Es el mejor de los roles que podemos adoptar en una investigación cualitativa. .

Pero el investigador nunca debe olvidar quien es y por qué está en el campo. Lo más difícil es crear lazos de amistad con los participantes y mantener al mismo tiempo una perspectiva interna y otra externa. En cada estudio el investigador debe considerar que papel adopta, en qué condiciones lo hace e ir acoplándose a las circunstancias (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.586).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) recomienda lo siguiente en una investigación cualitativa: ingresar al campo con bases sólidas del tema, por ningún motivo el investigador deberá insinuar contestaciones y mucho menos inquietarlos o afrentar sus opiniones, ante todo el investigador debe evitar poner en riesgo su integridad física, mental y psicológica, ganarse la confianza de los participantes de modo que proporcione la mejor información y los recomiende a otros participantes, ser colaborativo en su diario vivir y por último evaluar constantemente el contexto y datos elegidos.

3.4. Observación cualitativa.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) cree que la correcta observación es aquella donde se aviva todos los sentidos.

Los propósitos esenciales de la observación en la inducción cualitativa son : a) explorar ambientes, contextos, subculturas, y la mayoría de los aspectos de la vida social (Grinnell,1997); b) describir comunidades, contextos o ambientes; asimismo las actividades que se desarrollan en estos, las personas que participan en tales actividades y los significados de las mismas (Patton, 1980); c) comprender procesos, vinculaciones entre personas y sus situaciones o circunstancias, los eventos que suceden a través del

tiempo , los patrones que se desarrollan, así como los contextos sociales y culturales en los cuales ocurren las experiencias humanas (Jorgensen,1989); d) identificar problemas (Grinnell,1997); y e) generar hipótesis para futuros estudios (Sampieri ,2006, p.588).

¿Pero cuando escribir anotaciones? De acuerdo a Hernández Sampieri, R., y otros (2006) lo óptimo sería en el surgimiento de cada acción, pero obstaculizaría la buena circulación de la información, por tanto es recomendable redactarlas lo antes posible después de cada acción.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

- Al escribir las notas se recomienda utilizar oraciones completas para evitar confusiones posteriores (Esterberg, 2002). Si son abreviaciones (con palabras iniciales, incompletas o mnemotécnicas), se deben elaborar más ampliamente a la brevedad posible.
- No olvidar que debemos registrar tiempos (fechas y, horas) y lugares a los que se hace referencia. [...].
- Si se refieren a un evento, anotar la duración de este. Cuando utilice grabaciones de audio y video, y además escriba notas, no sustituya unas por otras. Neuman (2003)
- Recuerde utilizar márgenes e interlineados amplios para agregar nuevos comentarios o reflexiones.
- Las notas deben ser comprensibles y comprensibles.
- Guarde bien sus notas (lo mejor es anotarlas en la bitácora), siguiendo algún criterio lógico (temporal, por participantes, tema, etcétera).
- No olvidar volver a leer las notas y agregar sus nuevas reflexiones.
- Si graba en audio o video y toma fotografía (que resulta muy recomendable y es de cierta manera una forma visual de anotación),Neuman (2003) propone grabar o fotografiar los eventos en el orden en que ocurren. [...].
- Transcriba las notas (o la bitácora de campo) en computadora, a la brevedad posible y vaya respaldando las transcripciones en otro medio (CD, dispositivo de almacenamiento como la memoria USB, etcétera) (pp.590-591).

3.4.1. Los formatos de observación.

En este estudio no es necesario que el investigador se oriente a seguir un estricto formato para el registro de sus anotaciones, pues la habilidad del investigador cualitativo será el único formato para recabar la mayor información posible. Es decir que las destrezas del investigador para socializar con el entrevistado, serán fundamentales al momento de estudiar su comportamiento, sus relaciones, su diario vivir o sus experiencias, desde una perspectiva parcial y total, en la que sus partes tendrán la misma importancia que el todo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Día a día, el investigador decide que es conveniente observar o que otras formas de recolección de los datos es necesario aplicar para obtener más datos, pero siempre con la mente abierta a nuevas unidades y temáticas; es por ello que la investigación cualitativa es inductiva (p.591).

En el contexto, ambiente o campo, la bitácora podrá adaptar diversos estilos y estructuras a fin de ayudar al reconocimiento de unidades de análisis emergentes.

3.4.2. Papel del observador cualitativo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), el protagonista principal en este estudio, por el mismo hecho de ser cualitativo requerirá de la participación parcial o completa del investigador, quien deberá en lo posible relacionarse activamente con la unidad de análisis y direccionar las actividades a los objetivos, pero sin desviarse de la observación.

3.5. Entrevistas.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) los diálogos no se basan en guiones o estructuras textuales rigurosas que guían una conversación, lo que en realidad debería fluir. De modo que la información salga de su lugar de origen y llegue a su destino sin

ninguna especie de transformación para asegurar el entendimiento y comprensión de las vivencias humanas y personales.

Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas, o no estructuradas o abiertas (Grinnell, 1997). En las primeras o *entrevistas estructuradas*, el entrevistador realiza su labor con base en una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta (el instrumento prescribe que ítems se preguntaran y en qué orden). Las *entrevistas semiestructuradas*, por su parte, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas). Las *entrevistas abiertas* se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla (él o ella es quien maneja el ritmo, la estructura y el contenido de los ítems) (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.597).

La adecuada entrevista, no es aquella que se realiza por conveniencia, es la que surge sustancialmente para compartir los estilos de vida de las personas. Estilos que no tienen un libreto o guiones para dirigir una vida.

3.5.1. Tipos de preguntas en las entrevistas.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) toma como referencia la clasificación de Martens (2005); preguntas focalizadas en conocer distintos; pensamientos, creencias, sensiblerías, emociones, saberes, cronologías y fingimientos del entrevistado.

3.5.2. Recomendaciones para realizar entrevistas.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) recomienda creerse el papel de entrevistador y la importancia del mismo, actuar de manera natural y demostrando comodidad en el contexto y con todo lo que le rodea, sin desviarse del tema y procurando hacer un papel proactivo en la entrevista; paciente y controlando sus emociones ante cualquier circunstancia. Platicar con el entrevistado en calidad de amigos o conocidos, quienes no estarían dispuestos a engañarse o crear falsos con respecto a los resultados de la investigación. Para todo lo mencionado un ambiente ameno y grato del entrevistado serán de mucha ayuda; tanto para generar confianza como para evitar interrupciones en la entrevista.

3.5.3. Partes en la entrevista cualitativa (y más recomendaciones).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que la entrevista debe mantener respaldos, como; los protocolos de entrevista semi-estructurada donde se registran fechas, lugares, características, preguntas, observaciones, etc., las bitácoras donde se registran las respuestas del entrevistado, reproducciones graficas como fotografías y material audiovisual.

3.6. Sesiones de profundidad o grupos de enfoque.

3.6.1. ¿Qué son las sesiones en profundidad?

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) define las sesiones de profundidad como la interacción de un grupo de personas quienes intercambian puntos de vista en relación a un tema y cuya interacción está dirigida por el investigador o a su vez un especialista en focus groups.”El guía debe provocar la participación de cada persona, evitar agresiones y lograr que todos tomen su turno para expresarse” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.607). Sin generar controversias incontrolables entre los participantes.

3.6.2. Pasos para realizar las sesiones de grupo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) enlista actividades que permitirán organizar un mejor evento, tales como; seleccionar el número de participantes con características homogéneas para prevenir discordias en la sesión, segmentar e invitar a los participantes con trayectorias similares al tema, reparar y adecuar el lugar de sesión, se ejecuta la sesión y por último se elabora la bitácora.

3.7. Documentos, registros, materiales y artefactos.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) los divide en dos grupos, los individuales y los grupales; en los primeros se incluyen certificados oficiales, material audiovisual, reliquias o registros indivisos, en los segundos se incluyen certificados oficiales, material audiovisual, reliquias o registros grupales.

3.8. Obtención de los datos provenientes de documentos, registros, materiales, artefactos.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Los diferentes tipos de materiales, documentos, registros y objetos pueden ser obtenidos como fuentes de datos cualitativos bajo tres circunstancias:

- a) Solicitar a los participantes de un estudio que proporcionen muestras de tales elementos.
- b) Solicitar a los participantes que los elaboren a propósito del estudio.
- c) Obtener los elementos para análisis, sin solicitarlos directamente a los participantes (como datos no obstrusivos). (pp.615-616)

Sea cualquiera de las opciones descritas, el investigador deberá cernir esos aportes y enviarlos como base de estudio para plantear el problema.

3.9. Elemento solicitados a los participantes del estudio.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) da a entender la importancia de elementos propios del sujeto de estudio, elementos auténticos y legítimos del participante, que sin necesidad de ser elegidos directamente por el investigador son entregados por el partícipe.

3.10. Elementos que se solicita a los participantes elaborar a propósito del estudio.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que este tipo de elementos permiten revelar muestras de análisis que pueden ser respaldados con explicaciones de elementos y descripciones textualmente por la misma mano del partícipe.

3.11. Elementos obtenidos sin solicitarlos directamente a los participantes.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) cree que dependiendo del problema estudiado, dichos elementos pueden proporcionarse en material físico externo, como;

fechas, nombres, símbolos, datos informativos registrados en monumentos, muros, espacio público, etc.

3.12. ¿Qué hacer con los documentos, registros, materiales y artefactos?.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) piensa que estos recursos deben ser ingresados como materiales de análisis para plantear el problema, en lo posible deben ser descritos por expertos que conozcan los documentos, registros, materiales o artefactos obtenidos.

3.13. Biografías e historias de vida.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), las biografías pueden realizárselas a personas vivas o muertas; en los primeros se les puede pedir descripciones de hechos pasados como grandes o pequeños relatos y a su vez recuerdos positivos o negativos, cuyos datos irán tomando forma de acuerdo al criterio del investigador y el tema estudiado, en los segundos se podrá redactar antecedentes a través de respaldos documentales, registros, materiales o artefactos obtenidos más apegados a la realidad del tema. Por su lado el investigador deberá poseer la habilidad de socialización para con los participantes haciendo que él se abra y relate sus vivencias, poner suma atención a las narraciones, movimiento y expresión corporal, pues todas son importantes para la recolección de datos, análisis y entendimiento del tema.

3.14. Triangulación de métodos de recolección de los datos.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), es extraer información a través de la mezcla de métodos de recolección de datos, con la mayor diversidad de participantes y en distintos contextos.

3.15. El análisis de los datos cualitativos.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) haciendo uso de en lo posible todos los métodos de recolección de datos, el análisis deberá irse desarrollando tomando en cuenta que los resultados serán moldeados por el mismo investigador.

En el procesos cuantitativo primero se recolectan todos los datos y posteriormente se analizan, además, el análisis es bastante estandarizado (siguiendo un orden: primero, análisis de confiabilidad y validez; segundo, estadística descriptiva; tercero, estadística inferencial).En el proceso cualitativo no es así, tal como se ha reiterado, la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo; además, el análisis no es estándar, ya que cada estudio requiere de un esquema o “coreografía” propia de análisis.(Hernández Sampieri, R., y otros,2006,p.623)

El análisis será producto de la propia interpretación; de entrevistas, observaciones, bitácoras, etc., cuyo análisis terminara en la desaparición de datos nuevos.

3.15.1. Reflexiones e impresiones durante la inmersión inicial.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

...el investigador -diariamente- reflexiona y evalúa su planteamiento (se hace preguntas, tales como: ¿es lo que tengo en mente?, ¿el planteamiento refleja el fenómeno que quiero estudiar?, ¿el planteamiento es adecuado? ¿debo mantenerlo o modificarlo?) y lo ajusta de acuerdo con sus propias consideraciones. También, analiza si el ambiente y la muestra son pertinentes en relación con su planteamiento y hace los cambios que crea necesarios. Como producto de las reflexiones empieza a esbozar conceptos clave que ayuden a responder al planteamiento y entender los datos (que se relaciona con qué, que es importante, que se parece a que, etcétera.)(p.626).

3.15.2. Reflexiones e impresiones durante la inmersión profunda.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Se reevalúa el planteamiento del problema, ambiente y muestra (unidades o casos). Se comparan nuevos datos con los primeros (¿en que son similares, en que son diferentes?, ¿Cómo se vinculan? ¿Qué conceptos clave se consolida? ¿Qué otros nuevos conceptos aparecen? De manera inductiva y paulatina, emergen categorías iniciales, significados, patrones, relaciones, hipótesis iniciales y principios de teoría. (p.627).

3.15.3. Análisis detallado de los datos.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) cree “El procedimiento más común de análisis específico es el que a continuación se menciona, parte de la denominada teoría

fundamentada (grounded theory), lo cual significa que la teoría (hallazgos) va emergiendo fundamentada en los datos” (p.628). Como el último nivel de análisis y el predominante, es necesario (ver figura 2.1.)

Organización de los datos y la información, así como revisión del material y preparación de los datos para el análisis detallado

Para organizar los datos es necesario “escribir una segunda bitácora (distinta a la de campo), la cual suele denominarse bitácora de análisis y cuya función es documentar paso a paso el proceso analítico” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.629). O a su vez realizar transcripciones, de todos los métodos utilizados para adquirir información.

A continuación, se hace una serie de recomendaciones sobre las transcripciones.

- Se sugiere por ética-observar el principio de confidencialidad. Esto hacerse al sustituir el nombre verdadero de los participantes por códigos, números, iniciales, apodos u otros nombres. Tal como hicieron Morrow y Smith (1995). Lo mismo ocurre para el reporte de resultados.
- Utilizar un formato con márgenes amplios (por si queremos hacer anotaciones o comentarios).
- Separar las intervenciones (cuando menos con doble espacio) [...]. Es decir, indicar cuando comienza y termina cada pregunta y respuesta.
- Transcribir todas las palabras, sonidos y elementos paralingüísticos: muecas, interjecciones (tales como ¡oh!, ¡mmm!, ¡eh! y demás).
- Indicar pausas (pausa) o silencios (silencio); expresiones significativas (llanto), (risas), (golpe en la mesa); sonidos ambientales (timbró el teléfono móvil); (se azoto la puerta); hechos que se deduzcan (entro alguien); cuando no se escucha (inaudible), etc. Se trata de incluir el máximo de información posible.
- Si vamos a analizar línea por línea (cuando esta va a ser la unidad de análisis), numerar todos los renglones (cuestión que pueden hacer automáticamente los procesadores de texto y los programas de análisis cualitativo) (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.631).

El investigador, este deberá poner en orden los datos.

3.15.4. La bitácora de análisis.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que los diarios realizados en el campo y organizados previamente, deben registrarse nuevamente pero en diarios de análisis y adjunto a una reproducción de los mismos, que permitan realizar comprobaciones. “Los memos analíticos se elaboran con fines de triangulación o auditoría entre investigadores, para que otras personas puedan ver lo que hicimos y como lo hicimos (Coleman y Unrau, 2005)” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.633).

3.15.4.1. Surgimiento de unidades de análisis y codificación (primer nivel o plano inicial).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) cree que toda información debe ser rotulada para facilitar la creación de conceptos, teorías, hipótesis o perspectivas. “El investigador va otorgando significados a los segmentos y describiendo categorías. A cada una de estas les asigna un código” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 634) haciendo parecer una especie de cadena señalizada con características comunes.

Los segmentos se convierten en unidades cuando poseen un significado (a juicio del investigador) y en categorías del esquema final de codificación en el primer nivel, si su esencia se repite más adelante en los datos (por ejemplo, en la entrevista o en otras entrevistas). Las unidades son segmentos de los datos que constituyen los “tabiques” para construir el esquema de clasificación y el investigador considera que tienen un significado por sí mismas (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 636).

En otras palabras los segmentos; serán los datos a analizar, la categorización serán las palabras claves que titulen cada segmento y la codificación será la señalización simbólica gráfica o textual de cada unidad de análisis.

3.15.4.2. Describir las categorías codificadas que emergieron y codificar los datos en un segundo nivel o central.

Emparejando y desemparejando los segmentos, las categorías van apareciendo simultáneamente. “Cada categoría es descrita en términos de su significado (¿a qué se refiere cada categoría?, ¿Cuál es su naturaleza y esencia?, ¿Qué nos dice la categoría?,

¿Cuál es su significado?) y ejemplificada con segmentos” (Hernández Sampieri, R., y otros, 200, p. 650). Conlleva al investigador a un segundo análisis y codificación. Finalmente “Hemos codificado el material en un primer plano (al encontrar categorías, evaluar las unidades de análisis mediante reglas, además de asignarle un código a cada categoría) y en un segundo plano (al encontrar temas o categorías más generales)” (Hernández Sampieri, R., y otros, 200, p. 652).

3.15.4.3. Generar hipótesis, explicaciones y teorías.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que es el momento de descifrar, aclarar y explicar las deducciones a través de variadas herramientas de visualización: Diagramas de conjuntos o mapas conceptuales, matrices, metáforas, establecimiento de jerarquías, calendarios y otros elementos de apoyo que permitan la generación de hipótesis explicaciones y teorías. Donde “Los conceptos, hipótesis y teorías en los estudios cualitativos son explicaciones de lo que hemos vivido, observado, analizado y evaluado en profundidad. La teoría emana de las experiencias de los participantes y se fundamenta en los datos” (Hernández Sampieri, R., y otros, 200, p. 660) como nuevas líneas de investigación y comprobación.

3.15.4.4. Tiempo de estancia en el campo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) cree que el investigador debe salir del campo cuando empieza a saturarse de información, y esta sea poco novedosa, dando por hecho que el fenómeno de estudio queda completamente comprendido.

3.16. Confiabilidad y validez cualitativa.

Dependencia (confiabilidad cualitativa)

La dependencia, “Franklin y Balan (2005) la definen como el grado en que diferentes investigadores que recolecten datos similares en el campo y efectúen los mismo análisis, generen resultados equivalentes. “(Hernández Sampieri, R., y otros, 200, p. 660) y donde;

La confiabilidad cualitativa se demuestra (o al menos se aporta evidencia en su favor) cuando el investigador: a)proporciona detalles específicos sobre la perspectiva teórica del investigador y el diseño utilizado; b) explica con claridad los criterios de selección de los participantes y las herramientas para recolectar datos) ofrece descripciones de los papeles que desempeñaron los investigadores en el campo y los métodos de análisis empleados (procedimientos de codificación , desarrollo de categorías e hipótesis), d)especifica el contexto de la recolección y como se incorporo en el análisis (por ejemplo, en entrevistas , cuando, donde y como se efectuaron), e) documenta lo que hizo para minimizar la influencia de sus concepciones y sesgos y f) prueba que la recolección fue llevada a cabo con cuidado y coherencia (por ejemplo, en entrevistas , a todos los participantes se les pregunto lo que era necesario, lo mínimo indispensable vinculado al planteamiento (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, pp.662-663).

A todo lo mencionado se debe agregar revisiones por tribunales que examinen los datos adquiridos.

3.16.1. Credibilidad (validez interna cualitativa).

“La credibilidad tienen que ver también con nuestra capacidad para comunicar el lenguaje, pensamientos, emociones y puntos de vista de los participantes (Coleman y Unrau, 2005)” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.665).

Transferencia (validez externa cualitativa o aplicabilidad de resultados)

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que la transferencia consiste en adaptar el estudio realizado en otros aunque con distinto fenómeno de estudio.

3.16.2. Confirmabilidad

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) cree que la confirmabilidad consiste en demostrar la inexistencia de errores a través de auditorías.

3.17. Análisis de los datos cualitativos asistido por computadora.

***3.17.1. Atlas.ti*®.**

Es un excelente programa desarrollado en la Universidad Técnica de Berlín por Thomas Muhr, para segmentar datos unidades de significado; codificar datos (en ambos planos) y construir teoría (relacionar concepto de y categorías y temas). El investigador agrega los datos o documentos primarios (que pueden ser textos, fotografías, segmentos de audio o video, diagramas, mapas y matrices) y con el apoyo del programa los codifica de acuerdo con el esquema que se haya diseñado. Las reglas de codificación las establece el investigador y el programa las aplica. En la pantalla se puede ver un conjunto de datos o un documento (por ejemplo, una transcripción de entrevista o las entrevistas completas si se integraron en un solo documento) y la codificación que va emergiendo en el análisis. Realiza conteos y visualiza la relación que el investigador establezca entre las unidades, categorías, temas, memos y documentos primarios. Asimismo, el investigador puede introducir memos y agregarlos al análisis. Ofrece diversas perspectivas o vistas de los análisis (diagramas, datos por separado, etc.). Existe un manual en español para su uso (Muñoz, 2006) (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 669).

***3.17.2. Etnograph*®.**

Es un programa muy popular para identificar y recuperar textos de documentos. La unidad básica es el segmento. Asimismo, codifica las unidades partiendo del esquema de categorización que haya establecido el investigador. Los segmentos pueden ser “anidados”, entrelazados y yuxtapuestos en varios niveles de profundidad. Las búsquedas llegan a efectuarse sobre la base de códigos expresados en un carácter, una palabra o en palabras múltiples. Los esquemas de codificación suelen modificarse. Guarda memos, notas y comentarios. También los incorpora al análisis. (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 669)

3.17.3. QSR, QSR Nvivo®(antes NUD * IST).

Un excelente programa de análisis para construir bases de datos estructuradas jerárquicamente, que puede agregar documentos para ser analizados. También, al igual que los dos anteriores, codifica unidades de contenido (texto y otros materiales), con base en el esquema diseñado por el investigador. Localiza los textos por carácter, palabra, frase, tema o patrón de palabras; incluso, por hojas de cálculo de variables. Uno de sus fuertes es crear matrices (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, pp. 669-670).

3.17.4. Decisión Explorer ®.

Este programa inglés resulta una excelente herramienta de mapeo de categorías. El investigador puede visualizar relaciones entre conceptos o categorías en diagramas. Como en todo programa, es el investigador quien introduce las categorías y define sus vinculaciones, Decisión Explorer las muestra gráficamente. Asimismo, realiza un conteo de la categoría con mayor número de relaciones con otras categorías. Cualquier idea la convertimos en concepto y la analizamos. Muy útil para visualizar hipótesis y la asociación entre los componentes más importantes de una teoría. Recomendable para análisis cualitativo de relaciones entre categorías (causal, temporal u otro) (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 670).

3.18. Planteamiento del problema.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera que el planteamiento del problema permite dar un punto de llegada a la investigación, a pesar de diversas modificaciones en su planteamiento, el cual podrá cambiar conforme avanza la investigación pero con su debida justificación.

4. Diseño del proceso de investigación cualitativa

4.1. Los diseños de investigación cualitativa: un apunte previo.

“En el enfoque cualitativo, el diseño se refiere al “abordaje” general que habremos de utilizar en el proceso de investigación. Alvarez-Gaypu (2003) lo denomina *marco*

interpretativo.” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 686) donde el investigador plasma sus actividades. Dentro del marco del diseño se realizan las actividades mencionadas hasta ahora: inmersión inicial y profunda en el ambiente, estancia en el campo, recolección de los datos, análisis de los datos y generación de teorías” (Hernández Sampieri, R., y otros Sampieri, 2006, p. 686).

4.2. ¿Cuáles son los diseños de la investigación cualitativa?.

4.2.1. Diseños de teoría fundamentada.

“Sus explicaciones se circunscriben a un ámbito determinado, pero poseen riqueza interpretativa y aportan nuevas visiones de un fenómeno” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 687).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

El planteamiento básico del diseño de la teoría fundamentada es que las proposiciones teóricas surgen de los datos obtenidos en la investigación, más que de los estudios previos. Es el procedimiento el que genera el entendimiento de un fenómeno educativo, psicológico, comunicativo o cualquier otro que sea concreto (p.687).

“Cuando Glaser y Strauss proponen la teoría fundamentada, este representaba un único diseño; sin embargo, los dos autores tuvieron diferencias conceptuales, lo que dos diseños de la teoría fundamentada: sistemática y emergente, los cuales se presentan a continuación” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 688).

4.2.2. El diseño sistemático.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), para el análisis de datos es necesario, seguir una serie de pasos.

4.2.2.1. Codificación abierta.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), realizar comparación de categorías y eliminar exceso de información.

4.2.2.2. *Codificación axial.*

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), elegir la categoría central para relacionarla con el resto de categorías.

4.2.3. *Codificación selectiva.*

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), generar el esquema e hipótesis establecidas con relaciones entre categorías.

4.2.4. *El diseño emergente.*

Toda acción tiene su razón de ser, al igual que concebir una teoría en la que se debe mantener una lógica de surgimiento. “Glaser (1992) remarca la importancia de que la teoría surja de los datos más que de un sistema de categoría prefijadas como ocurre con la codificación axial. “(Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 692)

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma

Como señala Mertens (2005), el investigador debe ser muy sensitivo a la teoría emergente. Asimismo, el investigador debe proveer suficientes detalles de tal forma que quien revise el estudio pueda ver en el reporte de resultados, la manera como evoluciono el desarrollo conceptual y la inducción de relaciones entre categorías o temas (p.692).

Permitiendo que otros investigadores, verifiquen la confiabilidad de los conceptos creados.

4.3. **Diseños etnográficos.**

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Alvarez –Gayou (2003) considera que el propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato o contexto determinado hacen usualmente; así como los significados que le dan a este comportamiento realizado bajo circunstancia comunes o especiales, y finalmente, presenta los

resultados de manera que se resalten las regularidades que implica un proceso cultural (p.697).

4.4. Diseños narrativos.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma

El investigador analiza diversas cuestiones: la historia de vida, pasaje o acontecimiento(s) en sí; el ambiente (tiempo y lugar) en el cual vivió la persona o grupo, o sucedieron los hechos; las interacciones, la secuencia de eventos y los resultados. En este proceso, el investigador reconstruye la historia del individuo la cadena de sucesos (casi siempre de manera cronológica: de los primeros hechos a los últimos), posteriormente la narra bajo su óptica y describe (sobre la base de la evidencia disponible) e identifica categorías y temas emergentes en los datos narrativos (que provienen de las historias contadas por los participantes, los documentos, materiales y la propia narración del investigador) (p.702).

4.5. Diseños de investigación-acción.

Este tipo de diseño se enfoca en investigar transformaciones y buscar soluciones para aplicarlas.

Sandin (2003, p.161) señala que la investigación-acción pretende, esencialmente, “propiciar el cambio social, transformar la realidad y que las personas tomen conciencia de sus papel en ese proceso de transformación”. Por su parte, Elliot (1991) conceptúa a la investigación- acción como el estudio de una situación social con miras a mejorar la calidad de la acción dentro de ella. (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.706)

Sea cual sea su definición, este diseño deberá encontrar la forma de adaptar los nuevos cambios.

4.6. Otros diseños.

“Mertns (2005) agrega los diseños fenomenológicos, que se enfocan en las experiencias individuales subjetivas de los participantes. En términos de Bogden y Biklen (2003), se pretende reconocer las percepciones de las personas y el significado de un fenómeno o experiencia” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.712).

4.7. Un último comentario.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) sugiere centrar la atención en obtener información profunda y en encontrar el entendimiento al problema expuesto inicialmente, antes que en el diseño.

5. Reporte de resultados del proceso cualitativo

5.1. Comunicación de resultados.

Ya para finalizar la investigación será necesario, dar a conocer los resultados obtenidos en el estudio, para lo cual se deberá elaborar un reporte de resultados.

5.2. Los reportes de resultados de la investigación cualitativa.

“El reporte debe ofrecer una respuesta al planteamiento del problema y señalar las estrategias que se usaron para abordarlo, así como los datos que fueron recolectados, analizados e interpretados por el investigador” (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.712).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) recomienda, emplear expresiones frescas y naturales en primera persona en tiempo pasado a más de la ayuda de diversos diccionarios.

5.3. Estructura del reporte cualitativo.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

1. Portada. comprende el Título de la investigación, el nombre del autor o los autores y su afiliación institucional, o el nombre de la organización que patrocina el estudio, así como la fecha y lugar en que se presenta el reporte.
2. Índice del reporte o tabla de contenidos. Incluye capítulos, apartados y subapartados (numerados o diferenciados por tamaño y características de la tipografía). A veces se elaboran otros índices (de tablas, figuras, diagramas, ilustraciones, etcétera.)
3. Resumen. Constituye, de manera breve, el contenido fundamental del reporte de investigación, y en general incluye el planteamiento del problema, el método, los

resultados más importantes y las principales conclusiones. En el caso de artículos para revistas científicas, no se recomienda exceder las 150 palabras, salvo que se trate de un excepcional (y en este caso, no más de 190), idealmente entre 100 y 120. En reportes técnicos, se sugiere un mínimo de 200 palabras y un máximo de 350. [...].

4. Cuerpo del documento.

- Introducción. Incluye los antecedentes (tratados con brevedad), el planteamiento del problema (objetivos y preguntas de investigación, así como la justificación del estudio), el contexto de la investigación (como y donde se realizó), las categorías, temas y patrones emergentes más relevantes y los términos de la investigación, al igual que las limitaciones de esta. Es importante que se comente la utilidad del estudio para el campo profesional. La recomendación de Laflen (2001) de hacer las siguientes preguntas para elaborar la introducción se aplica también a estudios cualitativos: ¿Qué descubrió o probó la investigación?, ¿en qué clase de problema se trabajó, como se trabajó y por qué se trabajó de cierta manera?, ¿Qué motivo el estudio?, ¿Por qué se escribe el reporte? Y ¿Qué debe saber o entender el lector al terminar de leer el reporte?
- Método. Esta parte del reporte describe como fue llevada a cabo la investigación, e incluye:
 - a. Contexto, ambiente o escenario de la investigación (lugar o sitio y tiempo, así como accesos y permisos). Su descripción completa es muy importante.
 - b. Muestra o participantes (tipo, procedencia, edades, género o aquellas características que sean relevantes en los casos; y procedimiento de selección de la muestra).
 - c. Diseño o abordaje (teoría fundamentada, estudio narrativo, etcétera).
 - d. Procedimiento (un resumen de cada paso en el desarrollo de la investigación: inmersión inicial y total en el campo, estancia en el campo, primeros acercamientos. Descripción detallada de los procesos de recolección de los datos: que datos fueron recabados, cuando fueron recogidos y como – forma de recolección y/o instrumentos utilizados-; como se procedió con los datos una vez obtenidos-codificación, por ejemplo-; registros que se elaboraron como notas y bitácoras).
- Análisis y resultados. Unidades de análisis, categorías, temas y patrones: descripciones detalladas, significados para los participantes, experiencias de estos, ejemplos relevantes de cada categoría; experiencias, significados y reflexiones esenciales del investigador, hipótesis y teoría (incluyendo el

modelo o modelos emergentes). Debe aclararse como fue el proceso de codificación. Williams, Unrau y Grinnell (2005) sugieren el siguiente esquema de organización:

- a. Unidades, categorías, temas y patrones (con sus significados), el orden puede estar de acuerdo con la forma como emergieron, por su importancia, por derivación o cualquier otro criterio lógico.
- b. Descripciones, significados, anécdotas, experiencias o cualquier otro elemento similar de los participantes.
- c. Anotaciones y bitácoras (de recolección y análisis).
- d. Evidencia sobre la confiabilidad o dependencia, credibilidad, transferencia y confirmabilidad.

Es importante destacar que en este apartado no se incluyen conclusiones ni sugerencias, así como tampoco se explican las implicaciones de la investigación. Esto se desarrolla en el siguiente apartado.

- **Discusión (conclusiones, recomendaciones e implicaciones).** En esta parte se: a) derivan conclusiones, b) explicitan recomendaciones para otras investigaciones (por ejemplo, sugerir nuevas preguntas, muestras, abordajes) y se indica lo que prosigue y lo que debe hacerse, c) evalúan las implicaciones de la investigación (teóricas y prácticas), d) establece como se respondieron las preguntas de investigación y si se cumplieron o no los objetivos, e) relacionan los resultados con los estudios previos, f) comentan las limitaciones de la investigación, g) destaca la importancia y significado de todo el estudio, y h) discuten los resultados inesperados. Al elaborar las conclusiones es aconsejable verificar que estén los puntos inesperados. Al elaborar las conclusiones es aconsejable verificar que estén los puntos necesarios, aquí vertidos. Desde luego, las conclusiones deben ser congruentes con los datos. Si el planteamiento cambió, es necesario explicar por qué y cómo se modificó.

El acotamiento es en relación con el planteamiento del problema y con lo realizado, no abarca el tamaño de la muestra (este no representa una limitación en una investigación cualitativa). Ejemplos de limitaciones serían que algunos participantes abandonaron el estudio; que no se efectuara una sesión grupal que era importante; que se requería evidencia contraria, pero el presupuesto o tiempo se agotó y ya no se pudo regresar al campo para recabar más datos.

Esta parte debe redactarse de tal manera que se facilite la toma de decisiones respecto de una teoría, un curso de acción o una problemática.

5. Referencias o bibliografía
6. Apéndices. Resultan útiles para describir con mayor profundidad ciertos materiales, sin distraer la lectura del texto principal del reporte. Algunos ejemplos de apéndices para un estudio cualitativo serían la guía de entrevista o de los grupos de enfoque, un nuevo programa computacional, transcripciones, fotografías, etcétera.

Del reporte cualitativo hay varias cuestiones que es necesario comentar con mayor detalle (pp. 725 -728).

5.3.1. Descripción del contexto o ambiente.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) iniciando con una descripción universal a lo particular, el investigador deberá describir el contexto de tal modo que traslade al lector al lugar descrito.

5.3.2. El papel de la literatura.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006), la narrativa se genera sin tomar mucha apreciación del marco teórico.

La mayoría de los autores considera que en general no se plantea con amplitud la literatura al comienzo del estudio, esto con el fin de facilitar que sea a partir de los casos analizados donde emerjan los conceptos, datos e información fundamental, sin limitarse constreñirse a los resultados de otras investigaciones anteriores (Creswell, 2005) (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 729).

De ahí que la literatura tomara su curso para el lector, explicando el planteamiento del problema y las comparaciones de los análisis de la investigación con la de otros autores.

5.3.3. Método.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) descripción de las habilidades y técnicas aplicadas para codificar la información, así como las estrategias para extraer datos de cada participante.

5.3.4. *Presentación de resultados.*

Tres aspectos son importantes en la presentación de los resultados por medio del reporte; la descripción narrativa, el soporte de las categorías (con ejemplos) y los elementos gráficos. En artículos de revistas estos elementos son sumamente breves, mientras que en documentos técnicos son detallados (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p. 731).

5.4. El reporte del diseño de investigación-acción.

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) considera como límite superior, crear más de un reporte o como mínimo dos reportes; un reporte de inexactitudes o falencias encontradas y otro de acción solucionador.

5.5. ¿Dónde podemos consultar los detalles relativos a un reporte de investigación cualitativa? (guías).

Hernández Sampieri, R., y otros (2006) afirma:

Se recomienda:

1. Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association (APA) [...].
2. The Chicago manual of style. Publicado por la Universidad de Chicago. Es recomendado por diversos comités editoriales de revistas académicas de corte cualitativo. La última edición es la 15^a y fue publicada en noviembre de 2005.
3. Las páginas web de cada revista académica (journals) en la sección: instrucciones para autores, también son muy útiles, en lo referente a los artículos (p.740).

5.5.1. *¿Qué criterio podemos definir para evaluar una investigación cualitativa?*

Lincoln & Guba (1985) citados por Palacios, Sánchez & Gutiérrez (2012) afirman: Esta propuesta es la más utilizada para evaluar la calidad en la investigación cualitativa

y se basa en los criterios de credibilidad, transferibilidad, dependencia o consistencia y confirmabilidad (ver cuadro 2.1.).

El criterio de credibilidad está orientado al valor de verdad de la investigación: se trata de contrastar las creencias y preocupaciones del investigador con las diferentes fuentes de las que se han obtenido los datos.

El segundo criterio de transferibilidad, se corresponde con la validez externa en la investigación cuantitativa. Se refiere al grado en que los sujetos investigados son representativos del universo al cual pueden extenderse los resultados obtenidos (Ruiz Olabuenaga, 2003:66). Se pretende determinar en qué medida es posible alguna transferencia entre dos contextos, como consecuencia de la similitud entre ellos. No se debe olvidar, como indica Ruiz Olabuenaga (2003), que la transferibilidad no es una función del número de sujetos estudiados (muestreo probabilístico), sino de los tipos de sujetos analizados (muestreo opinático) Para ello durante la investigación es conveniente realizar:

El criterio de dependencia es equivalente a la fiabilidad en los estudios cuantitativos. Hace referencia a la estabilidad de los datos.

Y el cuarto criterio de confirmabilidad, se corresponde a la objetividad. Es esencial en la investigación y equivale a captar la realidad de la misma forma que lo haría alguien sin prejuicios ni llevado por intereses particulares. Se basa en la neutralidad de los datos producidos, no en la neutralidad del investigador. Para conseguir la confirmabilidad se debe realizar:

Énfasis en la coincidencia de inquietudes entre los paradigmas

En todos los casos es posible evaluar la labor de investigación conforme a los mismos o muy similares criterios (principalmente fiabilidad y validez interna y externa) aunque adaptados a las peculiaridades de cada enfoque (pp. 583-584).

5.5.2. ¿Contra qué se compara el reporte de la investigación cualitativa?.

“Al igual que los estudios cuantitativos, el reporte se contrasta con la propuesta o protocolo de la investigación, la que hacemos al inicio del procesos, [...]. “ (Hernández Sampieri, R., y otros, 2006, p.742)

CAPÍTULO III

MARCO EMPÍRICO

1. Situación actual del turismo en el cantón Rumiñahui

De acuerdo al plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2012-2025 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, las actividades económicas de vital importancia en el cantón de acuerdo al Censo del 2010 se tienen el comercio al por mayor y menor que corresponde al 19%, industria manufacturera el 16%, construcción y enseñanza 6%, lo que representa que el 47% de la población se ocupa en estas actividades principales. Sin embargo cabe indicar que en la zona rural en la parroquia de Cotogchoa la industria manufacturera ocupa al 24% de la población, la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca el 15%, el comercio al por mayor y menor el 13%, la construcción el 10% y las actividades de los hogares como empleadores el 8%; en Rumipamba la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca representa el 58%, mientras que la construcción el 10%, la industria manufacturera el 7% y el comercio al por mayor y menor el 6%; por tanto existe una coincidencia en las actividades principales en el cantón las mismas que fueron mencionadas anteriormente.

Por otra parte, Rumiñahui cuenta con patrimonio tangible e intangible de vital importancia no solo para el cantón sino de remembranza nacional por la presencia de las haciendas, el centro histórico, costumbres y tradiciones propias, las mismas que hacen que turistas nacionales y extranjeros visiten los atractivos turísticos que tiene el cantón tanto en la zona urbana como en la rural al conectarse hacia corredores y circuitos turísticos de vital importancia cantonal, provincial y regional. A esto, cabe anotar que el potencial turístico no solo se valora por la belleza sino por la importancia ecológica que prestan las cascadas, ríos y áreas protegidas las mismas que tienen importancia biológica, ecológica y diversidad las mismas que aportan a la presencia de importantes zonas de vida y formaciones vegetales las mismas que aportan a mantener el clima y tiempo característico del Valle de los Chillos tanto en la zona baja como en la alta (GADMUR, 2012, pp. 39-40).

De igual forma y de acuerdo al plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2012-2025 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, la oferta y atractivos turísticos del cantón Rumiñahui conjugan según expertos un entorno natural privilegiado: bosques, páramos, numerosas cascadas, paisajes, miradores variados y una importante biodiversidad, forma parte del Parque Nacional Pasochoa (a pesar de que no se encuentre en el cantón pero el área de amortiguamiento ofrece distintas opciones). A esto se agrega otra ventaja la cercanía con la ciudad de Quito. Las microempresas de carácter familiar, ofrecen el servicio de restaurante, caminatas, cabalgatas y hospedaje. Existen proyectos turísticos de singular atractivo (Rumipamba), y emprendimientos económicos con notables perspectivas para desarrollar turismo en sus diversas modalidades, turismo agropecuario, ecológico, cultural, de guianza, y de aventura.

El censo económico INEC 2009 estableció que existen 547 establecimientos turísticos, el Municipio registra 189 establecimientos. En el cantón se ubican 5 destinos turísticos importantes incluidos por el Ministerio de Turismo y la Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR.

Los atractivos turísticos que dispone son muy variados y que conjugan según los expertos con un entorno natural privilegiado: bosques, páramos, numerosas cascadas, paisajes, miradores variados y una importante biodiversidad con especies únicas (cóndor andino) que hoy en día se encuentran en vías de extinción.

Para el 2011 el cantón Rumiñahui ofrece la posibilidad de que el turista escoja entre rutas compartidas desde Sangolquí, Rumipamba y Pedregal, o pasear o recorrer en caminata la ruta de Trekking en las cascadas del río Pita a una distancia de Sangolquí de 17,3 kilómetros; también puede aprovechar la oportunidad de conocer hacer escalada en el río Santa Clara con una altura de 30 metros, asistir a la fiesta del maíz el 5 de septiembre o ascender al Pasochoa una montaña situada a 4199 metros sobre el nivel del Mar.

De los 486 establecimientos de Comida Restaurantes Hoteles y servicios de alojamiento únicamente el 36,21% se encuentran a los momentos calificados y registrados en el Ministerio de Turismo y además legalizados en el Municipio de Rumiñahui. Según el Censo de Población INEC 2010 existe una población ocupada de 2.069 personas en el cantón aproximadamente el 3,35% de los trabajadores empleados en servicios de alojamiento, restaurantes y comidas de la Provincia de Pichincha están empleados en este cantón. El Censo Económico del INEC 2009 señala que este sector genero en el año 2008 ingresos superiores a los 121 millones de dólares.

Tabla 3. 1.

Establecimiento turístico cantón Rumiñahui

| Establecimientos | Categorías | | | | | | Total establecimientos |
|------------------------|------------|---------|---------|---------|--------|---------------|------------------------|
| | De lujo | Primera | Segunda | Tercera | Cuarta | Sin categoría | |
| Alojamiento | 0 | 1 | 3 | 8 | 0 | 0 | 12 |
| Hostales | 0 | 0 | 5 | 3 | 0 | 0 | 8 |
| Hosterías | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| Moteles | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Bares | 0 | 0 | 6 | 7 | 0 | 0 | 13 |
| Cafeterías | 0 | 5 | 3 | 1 | 1 | 0 | 10 |
| Fuentes de soda | 0 | 14 | 3 | 7 | 0 | 0 | 24 |
| Restaurantes | 1 | 31 | 13 | 40 | 15 | 0 | 100 |
| Sala de recepciones | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Sala de baile | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Transporte terrestre | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Balnearios | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Total establecimientos | 1 | 56 | 35 | 66 | 16 | 2 | 176 |

Fuente: GADMUR y Ministerio de Turismo

Adaptado por el autor.

En la actualidad la oferta de servicios turísticos en la Rumipamba y en todo el cantón Sangolquí no se encuentra en posibilidad de ofrecer la gama de posibilidades que posee su inventario turístico, básicamente desarrolla circuitos relacionadas con Turismo Ecológico.

Cuadro 3. 1.

Atractivos turísticos de la parroquia Cotogchoa

| | Atractivo turístico | Ubicación | Tipo de turismo | Origen de turismo | Administración |
|-------------|--|--|------------------------|------------------------------|-----------------------|
| Existente | Parque | Central | Actividad pasiva | Local y nacional | Publica |
| | Iglesia San Juan Bautista | Central | Actividad pasiva | Local y nacional | Publica |
| | Bosque primario | Runahurco | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjero | Publica |
| | Cascada Padre Urco | Runahurco | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjero | Publica |
| | Senderos | Runahurco | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjero | Mixto |
| Potenciales | Riveras, acequias, Pita Tambo | Runahurco | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjero | Privado |
| | Granjas integrales, agrícolas, orgánicas | Toda parroquia | Ganadero turístico | Local, nacional y extranjero | Privado |
| | Rutas: ciclistas y a caballo | Ruta: Centró, El Pino, a las cascadas de Rumipamba | Turismo | Local, nacional y extranjero | Publica |
| | Rutas: ciclistas y a caballo | Ruta: Runahurco, El Taxo, El manzano, Centro | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjero | Publica |
| | Tarabita mirador pino alto | Pino Alto, Centro | Turismo | Local, nacional y extranjero | Publica |
| | Quesera comunitaria | Centro | Gastronómica | Local, nacional y extranjero | Comunitaria |

Fuente: PDOT, GAD Parroquial Cotogchoa, 2010.

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 2.

Atractivos turísticos de la parroquia Cotogchoa

| | Atractivo turístico | Ubicación | Tipo de turismo | Origen de turismo | Administración |
|-----------|-------------------------------------|------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| | Granjas integrales | Sambache | Turismo agropecuario | Local, nacional y extranjeros. | Privado y comunitario |
| | Mirador Herrera | Sambache | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Casa Hacienda San Antonio | San Antonio | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Iglesia San Antonio | San Antonio | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| | Asensos al Pasochoa | San Antonio | Turismo ecológico y de aventura | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| | Granjas Integrales | San Antonio | Turismo agropecuario | Local, nacional y extranjeros. | Privado y comunitario |
| | Plaza de Toros | Vallecito | Turismo cultural | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| Potencial | Centro de Interpretación turística | Vallecito | Turismo de guía | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| | Granjas integrales | Vallecito | Turismo agropecuario | Local, nacional y extranjeros. | Privado y comunitario |
| | Granjas integrales | Tanipamba | Turismo agropecuario | Local, nacional y extranjeros. | Privado y comunitario |
| | Hotel Sebastián (en construcción) | Tanipamba | Turismo ecológico y de aventura | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Mirador Alcocer | Tanipamba | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Mirador La Virgen | Tanipamba | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Iglesia | Central | Turismo cultural | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| | Granjas integrales | Central | Turismo agropecuario | Local, nacional y extranjeros. | Privado y comunitario |
| | Centro de Artesanías (no existe) | La Moca | Turismo cultural | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| | Portón de ingreso (en construcción) | La Moca | Turismo cultural | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| | Granjas integrales | La Moca | Turismo agropecuario | Local, nacional y extranjeros. | Privado y comunitario |

Fuente: PDOT, GAD Parroquial Cotogchoa, 2010.
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.2.

Atractivos turísticos de la parroquia Cotogchoa

| | Atractivo turístico | Ubicación | Tipo de turismo | Origen de turismo | Administración |
|-----------|-----------------------------------|------------------|---------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| Existente | Restaurante Comunitario Vallecito | Vallecito | Turismo gastronómico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Complejo Deportivo | Vallecito | Deporte | Local | Publico |
| | Once cascadas entre Cóndor Machay | Tanipamba | Turismo ecológico y de aventura | Local, nacional y extranjeros. | Municipio de Rumiñahui |
| | Gruta de la Virgen de la Peña | Tanipamba | Turismo ecológico y de aventura | Local, nacional y extranjeros. | Comunitario |
| | Hostería El Cucayo | Tanipamba | Descanso y gastronómico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Hostería Los Alisos | Vallecito | Descanso y gastronómico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Hostería La Caldera | Vallecito | Descanso y gastronómico | Local, nacional y extranjeros. | Privado |
| | Senderos ecológicos | Tanipamba | Turismo ecológico | Local, nacional y extranjeros. | Municipio de Rumiñahui |

Fuente: PDOT, GAD Parroquial Cotogchoa, 2010.

Adaptado por el autor.

El desarrollo del turismo en Rumipamba aún es limitado no existe un centro de interpretación turística adecuado y no hay personal capacitado lo que causa que esta actividad no despegue. Además, la ausencia de vías adecuadas en la actualidad empedradas y de tierra dificulta el acceso a lugares turísticos e impide integrar esta actividad a otras adicionales como el servicio de comidas o restaurantes y hoteles, además no existe un interés por promover sitios de turismo comunitario.

Según el PDOT de Rumipamba se identificaron 8 sitios de atractivos turísticos en la parroquia y ubicado 18 potenciales sitios de atractivos turísticos en esta misma parroquia. Uno de los problemas que se ve en esta parroquia es los reducidos niveles de formación profesional que tiene el personal para la gestión turística.

En la Parroquia de Rumipamba no existe ninguna entidad financiera o grupo comunal que maneje una caja de ahorros, uno de los factores negativos es que las viviendas están dispersas y se observa menos población que antes, según el censo del 2010, existen 775 habitantes, es decir de cada cien habitantes del cantón 1 reside en esta parroquia. En la parroquia la actividad turística no despegar en parte se explica por la ausencia de proyectos ambientales, la destrucción de las zonas naturales por la ampliación arbitraria de la frontera agrícola, la pérdida de la biodiversidad afectan a la normal explotación del turismo ecológico (GADMUR, 2012, pp. 154 -158).

Adicionalmente y para no restringir la información del resto de parroquias y según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2012-2025 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Rumiñahui, en las zonas urbanas se localizan los siguientes atractivos turísticos;

Cuadro 3. 3.

Atractivos turísticos de Sangolquí, San Rafael y San Pero de Taboada.

| | | |
|---|--|--|
| Patrimonio cantonal | Espacios públicos | Parque Juan de Salinas |
| | | Plaza César Chiriboga |
| | | Plaza Cívica Rumiñahui |
| | | Monumento al Colibrí |
| | | Monumento a la Mazorca |
| | | Parque Eduardo Kigman (San Rafael) |
| | | Parque Central de la Parroquia Cotogchoa |
| | | Conjunto de la Iglesia el Señor de los Puentes |
| | | Parque Turismo |
| | | Plaza 31 de mayo |
| | | Parque Central de la Parroquia San Pedro |
| | | Mausoleo del prócer Juan de Salinas. |
| | | Religiosas |
| Capilla de San Francisco | | |
| Casa Parroquial San Juan Bautista de Sangolquí | | |
| Iglesia El Señor de los Puentes | | |
| Iglesia de San Juan de Cotogchoa | | |
| Capilla Nuestra Señora del Rosario de Mushuñán | | |
| Iglesia de San Pedro de Taboada | | |
| Capilla de Chillo Compañía | | |
| Capilla de La Hacienda San Isidro | | |
| Capilla de la ex fábrica San Juan | | |
| Capilla de Jatumpungo | | |
| Capilla de Curipungo | | |
| Capilla de Nuestra Señora de la Concepción de Fajardo | | |
| Culturales | Casa Museo Kigman | |
| Vernácula Rural | Edificaciones antiguas en San Pedro de Taboada | |
| | Sector antiguo de Cotogchoa | |
| | Edificaciones antiguas en Fajardo | |
| | Sector antiguo de Jatumpungo | |
| | Sector antiguo de Curipungo | |
| | Sector antiguo de San Fernando | |
| Sector antiguo de Loreto | | |

Fuente: GADMUR, (2012).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.3.

Atractivos turísticos de Sangolquí, San Rafael y San Pero de Taboada.

| | | |
|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------|
| Patrimonio cantonal | Casas de Hacienda | Hacienda Chillo Compañía |
| | | Hacienda Bolivia |
| | | Hacienda Santa Rosa de Lima |
| | | Hacienda San Nicolás |
| | | Hacienda Concepción |
| | | Hacienda Santa Clara |
| | | Hacienda Santa Rosa |
| | | Hacienda La Carriona |
| | | Hacienda Capelo |
| | | Hacienda San Isidro |
| | | Hacienda San Luis |
| | | Hacienda la Merced de Villota |
| | | Hacienda Miraflores |
| | | Hacienda San Agustín |
| | | Hacienda la Merced de Robalino |
| | | Hacienda el Cortijo |
| | | Hacienda San Sebastián |
| | | Hacienda de San Antonio |
| | | Hacienda del Suro |
| | | Hacienda Miraflores |
| Hacienda La Esmeraldita | | |
| Hacienda La Leticia | | |
| Hacienda La Esperanza | | |
| Hacienda Las Magnolias del Carmen | | |
| Hacienda Las Acacias | | |
| Patrimonio natural | Sangolquí | Mirador de Jatumpungo |
| | | Cascada de Pinllocoto |
| | | Cascada de Molinuco |
| | | Cascada del Río Pita |
| | | Reserva ecológica Rumibosque |

Fuente: GADMUR, (2012).
Adaptado por el autor.

Por último, es necesario definir las parroquias que no pertenecen al cantón Rumiñahui y que por años han sido objeto de confusión para moradores y turistas al momento de distinguir y delimitar los lugares turísticos del cantón, de otros cantones: en

el Distrito Metropolitano de Quito (Alangasí, Amaguaña, Guangopolo, Conocoto, La Merced y Pintag) y en el cantón Mejía (Uyumbicho y Tambillo) (Gobierno de la Provincia de Pichincha, (s/f), pp. 231-236).

2. Investigación de mercado

2.1. Planteamiento del problema de investigación cualitativa.

2.1.1. Planteamiento cualitativo del problema.

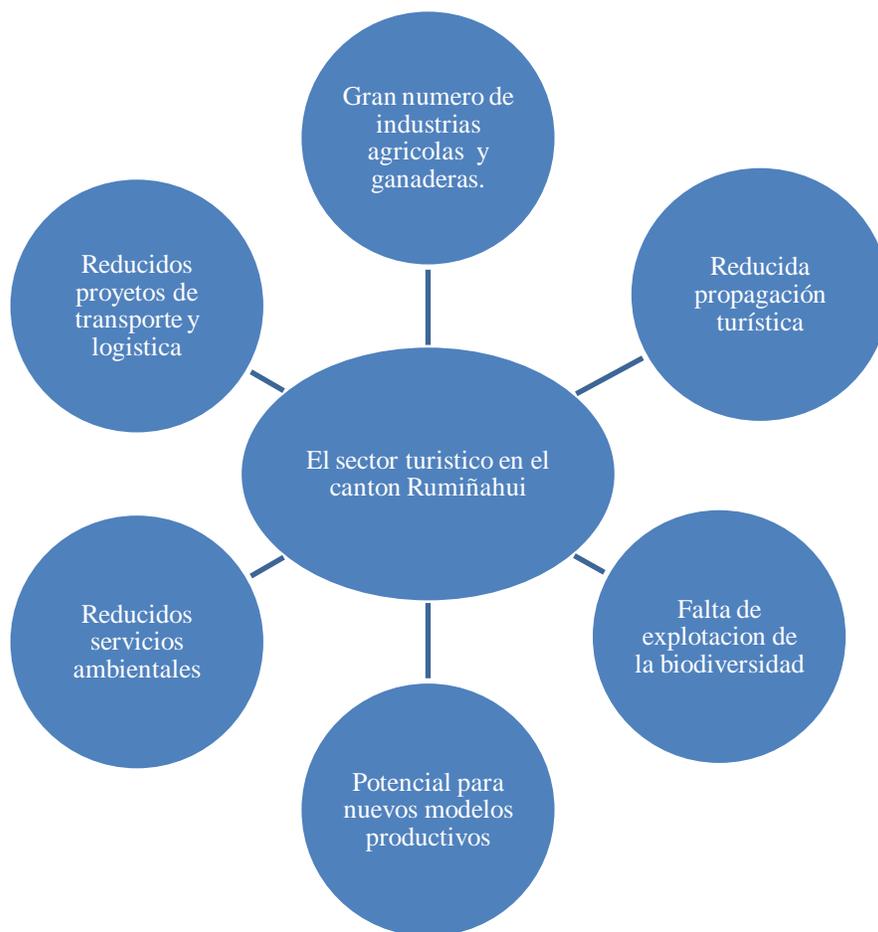


Figura 3. 1. Concepto central del problema.
Elaborado por el autor.

2.1.2. Objetivo.

Analizar el direccionamiento estratégico del sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva.

2.1.3. Preguntas de investigación iniciales.

¿Cuál es el direccionamiento estratégico a seguir en el sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva?

2.1.4. Justificación.

Pocas personas conciben la idea del cambio de la matriz productiva. Investigar ¿Qué significa?, ¿Cómo apoyar?, ¿Qué hacer? y un sin número de interrogantes más son preguntas que se pueden resolver en un estudio donde su explicación se extraerá de las experiencias, anécdotas y vivencias de aquellas personas y empresas que desean mejorar o han formado parte de un procesos de transformación y pueden dar testimonio de su evolución.

2.1.5. Viabilidad.

Es factible realizar la presente investigación, porque hace tres años el gobierno Ecuatoriano ha ido impulsando el cambio de la matriz productiva, dando lugar a: testimonios de moradores; acceso a información en instituciones públicas y lo más importante acceso a la biodiversidad del cantón (parques, plazas, monumentos, capillas, edificaciones antiguas, haciendas, miradores, cascadas, bosques, páramos y paisajes como potenciales atractivos turísticos a ser visitados) que podrán ser analizados como potencial turístico. Además se cuenta con recursos y conocimientos para la investigación.

2.1.6. Contexto.

Espacios geográficos del cantón Rumiñahui

- Parroquias urbanas; Sangolquí, San Pedro de Taboada, San Rafael.
- Parroquias rurales; Cotogchoa Y Rumipamba.

Alrededores del cantón Rumiñahui (Amaguaña, Pintag, Tolontag, etc.)

2.1.7. Deficiencias y Limitaciones.

- La revisión de la literatura es solo un punto de referencia y se limita a proporcionar entendimiento del tema en forma general.
- Las entrevistas, pueden ser escépticos para los entrevistados debido a los cuestionarios demasiado largos.

2.1.8. Planteamiento del problema.

Por años la economía en el cantón Rumiñahui ha dependido de la agricultura y el comercio, dejando en segundo plano sus atractivos turísticos y su importante biodiversidad como fuentes de ingreso.

2.2. Muestreo cualitativo.

2.2.1. Unidad de análisis.

- Los moradores de Sangolquí.
- Los moradores de San Pedro de Taboada.
- Los moradores de San Rafael.
- Los moradores de Cotogchoa.
- Los moradores de Rumipamba.
- Turistas nacionales.
- Operadores de turismo.

2.2.2. Delimitación de la población.

La población, de 85 852 habitantes. (GADMUR, 2012, p.16)

2.2.3. Delimitación de las características de la población.

- De los 85 852 habitantes, 81 140 se encuentran en el área urbana y 4 712 se encuentran en el área rural. (GADMUR, 2012, p.16)
- De igual forma 41 917 son hombres, y 43 935 son mujeres. (GADMUR, 2012, p.18)

- De acuerdo a grupos de edad, la población del cantón se encuentra principalmente conformada, por; adultos entre los 29 y 64 años es decir el 41.15 %, sin embargo cabe indicar que la población de niñez y juventud es similar entre ellas 21.19% y 20.13% respectivamente.(GADMUR, 2012, pp.18-19)

2.2.4. Muestra inicial no probabilística.

Las muestras iniciales cualitativas durante el estudio; estarán sujetas a modificaciones, pues el objetivo no es la cantidad sino la calidad de información.

Cuadro 3. 4.

Muestra inicial no probabilística

| Tipo de estudio | Tamaño mínimo de muestra sugerido |
|-----------------------------|---|
| Muestra expertos | 10 a 15 propietarios de centros turísticos; establecimientos de comida y bebida, establecimientos de alojamiento, establecimientos de entretenimiento, etc. |
| Muestra por cuotas | 30 a 40 habitantes del cantón Rumiñahui y turistas. |
| Muestra de máxima variación | 10 a 15 escenarios; parques, plazas, monumentos, capillas, edificaciones antiguas, haciendas, miradores, cascadas, bosques, páramos y paisajes. |

Elaboración propia.

Es prudente, dejar abierta la opción de extender o acortar las muestras cualitativas de acuerdo al progreso del proceso inductivo.

2.3. Recolección y análisis de los datos cualitativos.

La recolección de datos estará direccionada a conquistar; imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias, procesos y vivencias de los habitantes del Cantón Rumiñahui, turistas y operadores de turismo en cuanto al sector turístico para alinearlos al cambio de la matriz productiva.

2.3.1. Herramientas para recolección de datos cualitativos.

2.3.1.1. La observación.

Cuadro 3. 5.

Protocolo de observaciones

| | |
|---|--------------------------|
| Estudio sobre el direccionamiento estratégico del sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva | |
| Fecha: _____ | Hora: _____ Lugar: _____ |
| Episodio o situación: _____ Unidad de análisis: _____ | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Resumen de lo que sucede en el evento. 2. Explicaciones o especulaciones e hipótesis de lo que sucede en el lugar o contexto. 3. Explicaciones alternativas. 4. Sigüientes pasos en la recolección de datos. 5. Implicaciones de las conclusiones. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

2.3.1.2. Bitácora de Campo.

Cuadro 3. 6.

Diario de campo

| | |
|--|--------------------------|
| Bitácora de Campo | |
| Fecha: _____ | Hora: _____ Lugar: _____ |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción del contexto 2. Anotaciones 3. Referencias 4. Esquemas (mapas, diagramas, cuadros, etc.) | |
| | |
| 5. Objetos recolectados (fotos, videos, etc.) | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

2.3.1.3. La entrevista.

Cuadro 3. 7.

Protocolo de entrevista semi-estructurada

| Guía de entrevista sobre el cambio de la matriz productiva en el sector turístico. | | |
|--|--------------------------|--|
| Fecha: _____ Hora: _____ Lugar: _____ | | |
| Entrevistador(a): _____ Entrevistado (a): _____ | | |
| 1. Introducción 2. Características de la entrevista 3. Preguntas semi-estructuradas | | |
| Concepto | Categorías | Preguntas |
| Analizar el direccionamiento estratégico del sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva | Viabilidad | ¿Considera que el cantón Rumiñahui tiene potencial turístico para ser promovido por sus moradores y autoridades? |
| | Atractivos turísticos | ¿Qué lugares turísticos recomendaría visitar? |
| | | ¿Qué fiestas y platillos del cantón Rumiñahui recomendaría? |
| | | ¿Qué tipo de actividades turísticas se podrían ofrecer más en el cantón Rumiñahui? |
| | | ¿Qué tipo de turismo podría explotarse en el cantón Rumiñahui? |
| | Servicios ambientales | ¿Considera que las empresas, autoridades estatales y la sociedad deben respetar los derechos de la naturaleza para un adecuado buen vivir? |
| | | ¿Cómo contribuiría usted para minimizar problemas relacionados con residuos y contaminación? |
| | Transporte y logística | ¿Considera que el cantón Rumiñahui cuenta con vías adecuadas para permitir el acceso a turistas? |
| | | ¿Qué infraestructura y tecnología en transporte y logística necesita el cantón Rumiñahui? |
| | Cambio matriz productiva | ¿Para usted que significa cambiar la matriz productiva? |
| | | ¿Qué necesito para cambiar? |
| | | ¿Sabe que sectores productivos se piensa impulsar en la nueva matriz productiva? |
| | 4. Observaciones | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.7.

Protocolo de entrevista semi-estructurada

Guía de entrevista sobre el cambio de la matriz productiva en el sector turístico.
 Fecha: _____ Hora: _____
 Lugar: _____
 Entrevistador(a): _____
 Entrevistado (a): _____

1. **Introducción**
2. **Características de la entrevista**
3. **Preguntas semi-estructuradas**

| Concepto | Categorías | Preguntas | |
|--|---|--|--|
| Analizar el direccionamiento estratégico del sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva. | Estrategias para centros turísticos | ¿Qué deberían hacer los centros turísticos como los centros de comida, centros de alojamiento y centros de entretenimiento, agencias de transporte turístico para promocionar servicios turísticos de calidad? | |
| | Estrategias para moradores | ¿Qué deberían hacer los moradores para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| | Estrategias para autoridades | ¿Qué deberían hacer las autoridades para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| | Opiniones, sugerencias y recomendaciones. | | Suponiendo que el sector turístico es prioridad de las autoridades del cantón Rumiñahui ¿Cuál sería el principal problema que se debería resolver en el cantón para promover el turismo? |
| | | | ¿Considera que los turistas internos y externos tienen buen trato por parte de los moradores del cantón Rumiñahui? |
| | | | ¿Qué medios publicitarios deberían ser tomados en cuenta para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? |
| Si tuviera la oportunidad de crear una empresa en el sector turístico o recomendar la creación de una. ¿Cuál crearía o recomendaría crear? | | | |
| | | ¿Algún detalle que le guste agregar? | |

4. **Observaciones**

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

2.3.1.4. *Documentos, registros, materiales y artefactos.*

Cuadro 3. 8.

Documentos, registros, materiales y artefactos

| | | |
|------------------------|--|-------|
| Registros individuales | Documentos escritos | _____ |
| | Material audiovisual | _____ |
| | Artefactos individuales | _____ |
| | Archivos personales | _____ |
| Registros grupales | Documentos grupales | _____ |
| | Materiales audiovisuales grupales | _____ |
| | Artefactos y construcciones grupales o comunitarias | _____ |
| | Documentos y materiales organizacionales | _____ |
| | Registro de archivos públicos | _____ |
| | Huellas, rastros , vestigios, medidas de erosión o desgaste y de acumulación | _____ |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

2.3.1.5. *Biografías e historias de vida.*

Cuadro 3. 9.

Cuestionario para entrevistas de historias de vida en actividades turísticas (Alojamiento; Servicio de alimentos y bebidas; Transportación turístico; Agencias de viajes; Agencias de entretenimiento turístico; Agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y, Casinos salas de juego (bingo mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables)

| Concepto | Tipo de preguntas | Preguntas |
|---|--------------------------------------|--|
| Analizar el direccionamiento estratégico del sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva. | Del papel realizado | 1 ¿Cuál es el nombre comercial de su establecimiento turístico? |
| | | 2 ¿Cuál es el nombre del propietario? |
| | | 3 ¿Qué cargo desempeña en el establecimiento turístico? |
| | De acontecimientos | 4 ¿Cuál es la historia de creación de su establecimiento turístico? |
| | | 5 ¿Con que recursos físicos contaba en ese momento para iniciar su proyecto turístico? (Equipos de oficina, muebles, maquinaria, etc.) |
| | | 6 ¿Aproximadamente cuál fue su presupuesto inicial? |
| | | 7 ¿Con cuántos colaboradores inicio? |
| | | 8 ¿En cuánto tiempo logro estabilizarse? (Tener aceptación de los clientes, aumentar las ventas, aumentar su número de colaboradores, aumentar sus ingresos) |
| | | 9 ¿Por qué eligió al cantón Rumiñahui para iniciar su actividad económica en el sector turístico? |
| | De orientación sobre acontecimientos | 10 ¿Cuál es la dirección de su establecimiento turístico? (barrio, calles, referencias) |
| | | 11 ¿A qué se dedica específicamente su establecimiento turístico? (servicios y productos que ofrece) |
| | | 12 ¿En qué fecha inicio sus actividades económicas? ¿Cuántos años está en el mercado? |
| | | 13 ¿Qué trámites y documentos fueron necesarios para iniciar su actividad económica? |
| | De evaluación | 14 ¿Sabía que uno de los sectores a ser impulsados en el cambio de la matriz productiva es el sector turístico? |
| | | 15 ¿Sabía que para impulsar servicios turísticos de calidad es necesario priorizar el conocimiento y la innovación? |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3. 9.

Cuestionario para entrevistas de historias de vida en actividades turísticas (Alojamiento; Servicio de alimentos y bebidas; Transportación turístico; Agencias de viajes; Agencias de entretenimiento turístico; Agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y, Casinos salas de juego (bingo mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables)

| Concepto | Tipo de preguntas | Preguntas |
|--|-------------------|---|
| Analizar el direccionamiento estratégico del sector turístico del cantón Rumiñahui al cambio de la matiz productiva. | De evaluación | 16 ¿Quiénes son sus clientes actuales? (jóvenes residentes, adultos residentes , adultos mayores residentes, jóvenes extranjeros, adultos extranjeros, adultos mayores extranjeros) |
| | | 17 ¿En caso de extranjeros, de que país son? |
| | | 18 ¿En caso de residentes, de qué provincia son? |
| | | 19 ¿Quiénes son sus potenciales competidores? |
| | | 20 ¿Considera que las empresas, autoridades estatales y la sociedad deben respetar los derechos de la naturaleza para un adecuado buen vivir? |
| | | 21 ¿Conoce algún organismo público o privado dedicado a regular y promocionar el turismo? |
| | | 22 ¿Conoce algún organismo público o privado dedicado a capacitar en materia turística? |
| | | 23 ¿Considera que el cantón Rumiñahui cuenta con vías adecuadas para permitir el acceso a clientes y proveedores turísticos? |
| | | 24 ¿Qué infraestructura y tecnología en transporte y logística necesita el cantón Rumiñahui? |
| | | 25 ¿Tiene proyectos amigables con el medio ambiente y conservación de la biodiversidad en el cantón Rumiñahui? |
| | | 26 ¿Estaría dispuesto a trabajar en equipo, cooperando entre agencias turísticas, agencias de transporte turístico, establecimientos de alojamiento, agencias de entretenimiento turístico, entre establecimientos de comida y bebida fin de mejorar la calidad del turismo en el cantón Rumiñahui? |
| | | 27 ¿Si tuviera a su alcance una guía estratégica para agregar valor a sus productos y servicios turísticos lo pondría en práctica? |
| | | 28 ¿Por qué? |
| | De resultados | 29 ¿Qué nuevos paquetes (productos o servicios) turísticos, puede ofrecer usted? |
| | De omisiones | 30 ¿Algún detalle que le guste agregar? |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

2.3.1.6. Triangulación de métodos de recolección de datos.

- Observaciones del contexto turístico desde la perspectiva del turista, operadores de turismo y autoridades.
- Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.
- Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento.
- Recolección; documentos, material audiovisual y material visual.
- Bitácoras de observaciones, entrevistas y biografías.

2.3.2. Análisis de datos cualitativos.

Tomando en cuenta la metodología de Sampieri, es necesario analizar los datos cualitativos conforme progresa la recolección de datos cualitativos aplicando el proceso de la teoría fundamentada (grounded theory).

2.3.2.1. Preparación de los datos para el análisis detallado.

Los documentos, fotografías y anotaciones extraídas de la investigación serán almacenados en un computador, mientras que el material audiovisual será analizado directamente y almacenados en un procesador. Cada material tendrá su respectiva carpeta y orden cronológico.

2.3.2.2. *Bitácoras de análisis*

Cuadro 3. 10.

Memo analítico del método utilizado

| Memo analítico del método utilizado | |
|--|---|
| Fecha de anotación: 29 Marzo del 2015 | |
| Referencia: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández-Collado y Pilar Baptista Lucio | |
| Comentario sin restricciones de contenido: | |
| El método utilizado en la investigación es el método cualitativo de Sampieri, método encargado de explicar de una manera entendible y basada en experiencias un nuevo fenómeno que ha dado lugar a confusiones y es transcendental entenderlo, por ello fue necesario aplicar un método que permita explicar mediante teorías fundamentadas el cambio de la matriz productiva pero específicamente en el sector turístico que actualmente se piensa impulsar en el país. El estudio fue realizado aplicando varias herramientas de investigación cualitativa como; las observaciones de contexto, entrevistas a moradores, historias de vida de establecimientos, bitácoras y recolección de material cualitativos a fin de recolectar la mayor cantidad de información que facilite el entendimiento del problema de estudio. | |
| Categoría: Método | |
| Código: M | |
| Síntesis analítica(diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas ,hipótesis y conceptos): | |
| Cuadro 3. 11. | |
| Comparación entre planteamientos cuantitativos y cualitativos | |
| Planteamientos cuantitativos | Planteamientos cualitativos |
| Precisos y acotados o delimitados | Abiertos |
| Enfocados en variables lo mas exactas y concretas que sea posible | Expansiones, que paulatinamente se van enfocando en conceptos relevantes de acuerdo con la evolución del estudio |
| Direccionados | No direccionados en su inicio |
| Fundamentados en la revisión de la literatura | Fundamentados en la experiencia e intuición |
| Se aplican a un gran número de casos | Se aplican a un número menor de casos |
| El entendimiento del fenómeno se guía a través de ciertas dimensiones consideradas como significativas por estudios previos | El entendimiento del fenómeno es en todas sus dimensiones, internas y externas, pasadas y presentes |
| Se orientan a probar teorías, hipótesis y/o explicaciones, así como a evaluar efectos de unas variables sobre otras (los correlacionales y explicativos) | Se orientan a aprender de experiencias y puntos de vista de los individuos, valorar procesos y generar teorías fundamentadas en las perspectivas de los participantes |
| Fuente: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |
| Saturación: Si | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 12.

Memo analítico de problemas encontrados durante el proceso

| | | |
|---|---|----------------------------------|
| Memo analítico de problemas encontrados durante el proceso | | |
| Fecha de anotación: 29 Marzo del 2015 Referencia: Personal | | |
| Comentario sin restricciones de contenido: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Los cambios climáticos, fueron un factor que suspendían el ingreso y estudio en el campo, por lo que fue necesario ampliar el cronograma establecido para dicho propósito. • En un primer ingreso al campo, las preguntas no estructuradas no fueron suficientes para entender el problema de estudio, por lo que fue necesario crear un cuestionario semi-estructurado. • La presencia de colaboradores fueron importantes para la realización de una adecuada investigación de campo (se busco el soporte de un equipo de investigadores). • Algunos participantes tuvieron recelo a dar sus puntos de vista debido a tener represarías por parte de las autoridades, por lo que no participaron en las entrevistas, mientras que otros participaron pero no quisieron ser filmados. | | |
| Categoría: Deficiencias y limitaciones | | |
| Código:  | | |
| Síntesis analítica(diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas ,hipótesis y conceptos): | | |
| Cuadro 3. 13. | | |
| Matriz deficiencias y limitaciones en la investigación cualitativa | | |
| Deficiencias y limitaciones | Recolección de datos | |
| | si | No |
| Cambios climático | Verano | x |
| | Invierno | x |
| Cuestionarios | No estructurado | Información insuficiente |
| | Semi estructurado | Información suficiente y añadida |
| Equipo de investigadores | Asistencia en entrevistas | x |
| | Transcripciones | x |
| | Mejoras técnicas para equipo audiovisual | x |
| | Codificación de primer nivel | x |
| | Codificación de segundo nivel | x |
| Colaboración de participantes | Permitieron filmación | x |
| | Participaron | x |
| Elaborado por el autor | | |
| Saturación : Si | | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 14.

Memo analítico de codificación

| Memo analítico de codificación | |
|--|---|
| Fecha de anotación: 29 Marzo del 2015 Referencia: Personal | |
| Comentario sin restricciones de contenido: | |
| A continuación se enlistara el código de cada categoría, consideradas; en la bitácora de análisis, en la codificación de primer nivel y en la codificación de segundo nivel. | |
| Categoría: Codificación | |
| Código:  | |
| Síntesis analítica (diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas ,hipótesis y conceptos): | |
| Cuadro 3. 15. | |
| Codificación de datos cualitativos en la bitácora de análisis | |
| Descripción | Código |
| Método |  |
| Deficiencias y limitaciones |  |
| Codificación |  |
| Observaciones analíticas |  |
| Material apoyo |  |
| Conclusiones |  |
| Reglas de codificación |  |
| Elaborado por el autor | |
| Cuadro 3. 16. | |
| Codificación de datos cualitativos en la codificación de primer nivel | |
| Descripción | Código |
| Establecimientos | E |
| Historia de creación | HC |
| Recursos iniciales | Ri |
| Tiempo estabilizarse | Te |
| Elección del cantón | Ec |
| Tramitología | T |
| Clientes actuales | Ca |
| Productos y servicios | Ps |
| Competencia | Com |
| Trabajo en equipo | Eq |
| Cambio de la matriz productiva en el sector turístico. | CMP |
| Innovación | Inn |
| Organismos de promoción, regulación y capacitación | Oprc |
| Servicios ambientales | SA |
| Proyectos amigables con el medio ambiente | Ami |
| Infraestructura y tecnología en transporte y logística | Ittl |
| Vías para el acceso de clientes y proveedores | Vías |
| Guía estratégica para agregar valor. | GUÍA |
| Recomendaciones para impulsar el turismo | RECO |
| Elaborado por el autor | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continua)



Cuadro 3.14.

Memo analítico de codificación

| Memo analítico de codificación | |
|---|---|
| Fecha de anotación: 29 Marzo del 2015 Referencia: Personal Saturación : Si | |
| Comentario sin restricciones de contenido: A continuación se enlistara el código de cada categoría, consideradas; en la bitácora de análisis, en la codificación de primer nivel y en la codificación de segundo nivel. | |
| Categoría: Codificación | Código:  |
| Síntesis analítica (diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas ,hipótesis y conceptos): Cuadro 3. 17. Codificación de datos cualitativos en la codificación de primer nivel | |
| Descripción | Código |
| ¿Considera que el cantón Rumiñahui tiene potencial turístico para ser promovido por sus moradores y autoridades? |  |
| ¿Qué lugares turísticos recomendaría visitar? | Lugares  |
| ¿Qué fiestas y platillos del cantón Rumiñahui recomendaría? | Fiestas y platillos  |
| ¿Qué tipo de actividades turísticas se podrían ofrecer más en el cantón Rumiñahui? | Actividades  |
| ¿Qué tipo de turismo podría explotarse en el cantón Rumiñahui? | Tipo  |
| ¿Considera que las empresas, autoridades estatales y la sociedad deben respetar los derechos de la naturaleza para un adecuado buen vivir? ¿Cómo contribuiría usted para minimizar problemas relacionados con residuos y contaminación? |  |
| ¿Considera que el cantón Rumiñahui cuenta con vías adecuadas para permitir el acceso a turistas? ¿Qué infraestructura y tecnología en transporte y logística necesita el cantón Rumiñahui? |  |
| ¿Para usted que significa cambiar la matriz productiva? ¿Qué necesito para cambiar? | CMP  |
| ¿Sabe que sectores productivos se piensa impulsar en la nueva matriz productiva? | Sectores CMP  |
| ¿Qué deberían hacer los centros turísticos como los centros de comida, centros de alojamiento y centros de entretenimiento, agencias de transporte turístico para promocionar servicios turísticos de calidad? | Establecimientos  |
| ¿Qué deberían hacer los moradores para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | Moradores  |
| ¿Qué deberían hacer las autoridades para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | Autoridades  |
| Suponiendo que el sector turístico es prioridad de las autoridades del cantón Rumiñahui ¿Cuál sería el principal problema que se debería resolver en el cantón para promover el turismo? |  |
| ¿Considera que los turistas internos y externos tienen buen trato por parte de los moradores del cantón Rumiñahui? |  |
| Si tuviera la oportunidad de crear una empresa en el sector turístico o recomendar la creación de una. ¿Cuál crearía o recomendaría crear? |  |
| ¿Qué medios publicitarios deberían ser tomados en cuenta para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? |  |
| ¿Algún detalle que le guste agregar? |  |
| Elaborado por el autor | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 18.

Memo analítico respecto ideas y comentarios del investigador

| <p>Memo analítico respecto ideas y comentarios del investigador Fecha de anotación: 29 Marzo del 2015 Referencia: Personal Comentario sin restricciones de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Algunos moradores no conocen las fiestas del maíz y el turismo y las de cantonización, lo cual indica que si un morador en toda su vida no ha participado ni siquiera como espectador en una fiesta propia del cantón, no le será tan fácil explicar y promocionar dicha información a un extranjero nacional o internacional. • Los moradores aplaudían el proyecto de los eco-tachos que se implementaron en el cantón, pero solicitaban mas porque así la gente se estaba culturizando en el aseo. • En el proceso de recolección de datos se fue encontrando participantes oriundos del cantón y de barrios cercanos, como; Pintag, Amaguaña y Quito, dichos moradores sugerían ser tomados en cuenta para ser promocionados en conjunto. • En el campo se encontraba valiosos aportes que llamaban mucho la atención, tal es el caso; de establecimientos que estaban pasando por un cambio de administración y podían dar otro tipo de testimonio en cuanto a lo que estaban viviendo. • Se encontró moradores que tenían valiosas anécdotas sobre turismo y podían ampliar mas la información que se estaba recabando. <p>Categoría: Observaciones analíticas</p> <p>Código: </p> <p>Síntesis analítica(diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas ,hipótesis y conceptos): Cuadro 3. 19. Segmentos de análisis</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Segmentos</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">Por tipo de datos</td> <td>Observación.</td> </tr> <tr> <td>Entrevistas.</td> </tr> <tr> <td>Biografías.</td> </tr> <tr> <td>Bitácoras.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Documentos, material audiovisual y artefactos de investigación cualitativa.</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Por participantes</td> <td>Moradores.</td> </tr> <tr> <td>Turistas</td> </tr> <tr> <td>Establecimientos turísticos.</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">Por ubicación del ambiente</td> <td>Bosques, paramos, cascadas, miradores, ríos y áreas protegidas.</td> </tr> <tr> <td>Parques.</td> </tr> <tr> <td>Organizaciones.</td> </tr> <tr> <td>Lugares rurales y urbanos visitados.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Elaborado por el autor Saturación: Si.</p> | | Segmentos | Descripción | Por tipo de datos | Observación. | Entrevistas. | Biografías. | Bitácoras. | | Documentos, material audiovisual y artefactos de investigación cualitativa. | Por participantes | Moradores. | Turistas | Establecimientos turísticos. | Por ubicación del ambiente | Bosques, paramos, cascadas, miradores, ríos y áreas protegidas. | Parques. | Organizaciones. | Lugares rurales y urbanos visitados. |
|--|---|-----------|-------------|-------------------|--------------|--------------|-------------|------------|--|---|-------------------|------------|----------|------------------------------|----------------------------|---|----------|-----------------|--------------------------------------|
| Segmentos | Descripción | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Por tipo de datos | Observación. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Entrevistas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Biografías. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bitácoras. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Documentos, material audiovisual y artefactos de investigación cualitativa. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Por participantes | Moradores. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Turistas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Establecimientos turísticos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Por ubicación del ambiente | Bosques, paramos, cascadas, miradores, ríos y áreas protegidas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Parques. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Organizaciones. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Lugares rurales y urbanos visitados. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 20.

Memo analítico sobre material de apoyo localizado (fotografías, videos, etc.)

Memo analítico sobre material de apoyo localizado (fotografías, videos, etc.)

Fecha de anotación: 29 Marzo del 2015

Referencia: Personal

Comentario sin restricciones de contenido:

- Guía turística del cantón Rumiñahui.
- Tríptico de productos y servicios ofrecidos en el Molinuco.
- Tríptico de productos y servicios ofrecidos en el centro recreacional ecológico la Gran Cascada del Pita.
- Videos de historias de vida a establecimientos de comida y bebida, establecimientos de alojamiento y establecimientos de entretenimiento.
- Videos de entrevistas a moradores.
- Videos de entrevistas a turistas.
- Revista Rumiñahui y su Gente Edición N 01, 01 de marzo del año 2015.
- Revista Rumiñahui y su Gente Edición N 02, 15 de marzo del año 2015.
- Revista Rumiñahui y su Gente Edición N 03, 19 de marzo del año 2015.
- Revista Rumiñahui y su Gente Edición N 04, 12 de abril del año 2015.
- Revista Rumiñahui y su Gente Edición N 05, 26 de abril del año 2015.
- Protocolo de observaciones.
- Bitácoras de campo.
- Protocolo de entrevista semi-estructurada.
- Cuestionario para biografías.
- Mapa de recorridos de los atractivos turísticos
- Mapa Turístico
- Imágenes visuales de: la flora localizada en el cantón Rumiñahui, iglesia Señor de los Puentes, senderos, canchas deportivas, pesca deportiva, reciclaje, tractor ruta, elaboracion helado de paila, estacionamientos, mousoleo del Procer Juan de Salinas, contaminación, contruccion tramos a la ruta de los volcanes, deforestación, natación en rio Pita, cuy asado, hornando, iglesia Juan de Salinas, feligreses de semana santa, rituales de semana santa, procesión de semana santa.

Categoría: Material de apoyo

Código: 

Síntesis analítica (diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas, hipótesis y conceptos): No.

Saturación: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 21.

Memo analítico relacionados con significados, descripciones y conclusiones preliminares

Memo analítico relacionados con significados, descripciones y conclusiones preliminares

Fecha de anotación: 29 Marzo del 2015 **Referencia:** Personal

Comentario sin restricciones de contenido:

- La creación de empresas puede originarse por recomendaciones de familiares y vecinos, depende únicamente del receptor aceptar o rechazar la sugerencia que tubo, si el reto fue aceptado el nuevo empresario iniciara el proceso de creación de empresas con mucha o poca experiencia pero sin duda perfeccionándose en el camino. Cabe recalcar que las empresas han logrado mantenerse en el tiempo y posesionarse en la mente del consumidor en dos años aproximadamente, esto sin duda es una pauta para aquellas empresas que apenas han iniciado sus actividades económicas en el sector turístico, pues ellos necesitaran ser virtuosos en paciencia para lograr sus objetivos empresariales en el tiempo.
- Los turistas habituales de los operadores turísticos en su gran parte son los turistas nacionales, quienes se distribuyen en categorías por edades que van desde las infantiles, adolescente, jóvenes, adultos y adultos mayores, estos por lo general tienen inclinación a practicar deportes de aventura mientras que otros disfrutan como espectadores de dichas actividades o de otras más tranquilas como una caminata u observación del paisajismo.
- Los establecimientos turísticos deben reunir siete factores primordiales para sobresalir; mejorar la atención para atraer más clientes, crear nuevos productos y servicios complementarios, constituir empresas de forma inmediata para posesionarse rápidamente en el mercado, crear nuevas formas para transmitir información, trabajar en conjunto, ofrecer calidad y comodidad a turistas nacionales y extranjeros.
- El turista extranjero prefiere admirar la elaboración de un plato típico, antes que probarlo y degustar de él.
- Los adultos y adultos mayores se aterrorizan ante la idea de cambiar y mejorar mientras se adaptan en el camino al desarrollo o simplemente evitan dejar la comodidad de realizar sus actividades habituales, por lo que es factible emprender campañas de transformación con jóvenes y adolescentes.
- Para cambiar es necesario aumentar la comunicación entre autoridades, empresas y sociedad, estableciendo y dando a conocer reglas, normas y sanciones que orienten a crear industrias no contaminantes a fin de dejar el petróleo bajo tierra y empezar a promocionar el respeto a la naturaleza, donde el potencial servicio complementario de las empresas serian los servicios ambientales.
- Para posesionarse en la mente del consumidor es necesario promocionar en grandes masas y no en pequeños nichos de mercado.
- El dinero puede hacer feliz a una persona desde dos perspectivas muy contrarias; la primera para crear incentivos económicos que apremien a quien toma iniciativas para proteger y conservar la naturaleza y la segunda para sancionar de forma estricta a quien no protege el planeta donde todos vivimos.
- El reciclaje no debe limitarse en la recolección de botellas plásticas, al contrario debe ser un punto de partida para buscar alternativas creativas y originales para aplicar el reciclaje en diversos desechos de empresas y hogares.
- El mejoramiento progresivo de las vías deberían empezar en zonas rurales, lugares en las que se encuentran los principales atractivos de un sector que piensa impulsar el ecoturismo

Categoría: Conclusiones

Código: 

Síntesis analítica: No.

Saturación: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

2.3.2.3. Codificación abierta: primer nivel.

Cuadro 3. 22.

Memo analítico de reglas de codificación operadores de turismo

Memo analítico de reglas de codificación

Fecha de anotación: 30 Marzo 2015

Referencia: Personal.

Comentario sin restricciones de contenido:

- Los datos recolectados serán clasificados conforme su naturaleza, significado y características para optimizar el análisis.
- En el memo analítico de codificación se representara a través de letras, imágenes, números y códigos alfanuméricos cada unidad de análisis o segmento elegido para la codificación de primer plano.
- Los códigos para la codificación de primer plano de operadores turísticos estarán divididos en dos grupos; la primera indicara la unidad de análisis elegida y la segunda indicara al participante. Por ejemplo; el código "HC-E" significa historia de creación del establecimiento turístico.
- Para identificar que unidad de análisis tiene la misma categoría y código será necesario precisar solo las primeras letras del código. Por ejemplo; "HC" de "HC-E", si se toma como referencia el ejemplo anterior, mientras que la segunda indicara de donde se extrajo la información. Los que son diferentes mantendrán otra categoría y se les suministrara otra codificación.
- Cada categoría tendrá su respectivo código.

Categoría: Reglas de codificación.

Código: 

Síntesis analítica (diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas, hipótesis y conceptos):



Figura 3. 2. Conceptos para la codificación abierta.

Fuente: Sampieri, (2006).

Saturación: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 23.

Codificación abierta o en primer plano HE-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Historia de creación. | Código: HC-E |
| Segmentos (Expresiones de los participantes) | Categorías |
| <p>Yo empecé a vender ceviche de pollo, porque no hacía nada, estaba en mi casa de vaga, pasaba solita entonces empecé a vender ceviche de pollo, me iba bien e implemente ceviche de ostión y después puse cangrejo así empecé a vender por 5 años, cuando el municipio me empezó a molestar por el puesto en la calle, estude gastronomía y me puse el local.</p> <p>Yo lo adquirí más bien de otra persona, esta persona empezó con el restaurante y yo tenía un interés de iniciar con un negocio propio y justo esta persona por que tiene otras actividades quería dejar de lado porque su actividad principal es totalmente diferente y pensó que iba avanzar con los dos negocios pero no le alcanzaba el tiempo, entonces hubo la coyuntura, como dicen se junto el hambre con la necesidad, entonces conversamos para comprarle el negocio y empezamos hace un mes y medio.</p> <p>Primeramente nosotros lo que pusimos es mariscos, pero viendo que tiene bastante acogida los cuyes nos lanzamos por la línea de los cuyes y a dado más resultado que los mariscos, yo tengo unos 3 años aquí, los otros negocios tienen cerca de 40 a 45 años aquí.</p> <p>En primer lugar este sector se conoce con el nombre de Patichubamba, la hacienda antiguamente guardaba el mismo nombre Patichubamba dentro de la hacienda Patichubamba está el sector Molinuco que tiene este nombre por que los anteriores propietarios que era de la cervecería la Victoria, aquí utilizaban para moler la cebada tenían molinos para moler la cebada, entonces son dos palabras que significa molino hunco, molino en una ondonar en un hueco, por eso es lo que se llama Molinuco porque son dos palabras molino y hunco, ya se ha hecho común y se le conoce como Molinuco entonces esta hacienda fue adquirida en el año 79 y desde ahí básicamente se dedica a la agricultura y a la ganadería y desde hace unos 15 años esta parte se dedica al turismo, aprovechando la topografía del sector, sobre todo los arboles más o menos son unas 60 hectáreas de eucalipto y bosque secundario y unas 15 de bosque primario es decir de bosque nativo del sector; la achupalla, san lisos, huma maqui que están ubicadas principalmente a la ribera del rio Pita, entonces eso es de forma general lo de este sector, si fue creado con ese afán de conservar el ecosistema de este sector en las condiciones naturales de este lugar y la importancia también aquí es por que nacen dos captaciones de agua que sirven al cantón.</p> | <p>Entre las razones, para iniciar un negocio se detectaron las siguientes; las amas de casa inician una actividad económica de forma independiente para distraerse y aportar a los gastos de la casa, por la necesidad de ser un empresario que tiene una actividad propia a la cual dedicarse al cien por ciento, por aceptación de productos y servicios por parte del público, por aprovechar y conservar la topografía de un sector y sus ecosistemas como lugares para iniciar actividades turísticas, por aprovechar la competencia que atrae a más clientes en un solo lugar, por las recomendaciones del público que solicitan y sugieren la creación de empresas para satisfacer sus necesidades, por experiencias adquiridas en anteriores trabajos, por recomendación de familiares o por aprovechar las diversas habilidades y conocimientos.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.23.

Codificación abierta o en primer plano HE-E

| | |
|--|---------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Historia de creación. | Código: HC-E |

| Segmentos | Categorías |
|-----------|------------|
|-----------|------------|

Mi hijita, bueno ella vino de Cuenca entonces se le ocurrió ponerse el negocio, nosotros somos de aquí. Como aquí es la calle de los cuyes, entonces si ponemos otra cosa no nos va a salir pero si ponemos lo mismo si.

Bueno en primer lugar yo soy una de las primeras que empezamos aquí, esto nació cuando mi cuñado me dijo que había conocido en Ambato para traer unos cuyes para una fiesta entonces ahí me dijo que le acompañe y yo fui y la verdad vi que era bastante económico y yo le dije a mi hermana la del Hueco que trabajemos que trabajemos en eso porque yo vi que era provechoso, entonces era buena para trabajar como esa no era mi casa, entonces yo le dije a mi hermana la del Hueco que trabajemos, entonces nosotros empezamos, nosotros trayendo cuy y vendiendo cuyes vivos en el mercado traíamos pero vendíamos cuyes vivos, pero nuestros clientes en Sangolquí nos decir señora por qué no se pone asados por qué mejor no vende cuyes asados no hay quien venda y así fue nosotros comenzamos hacer 5 cuycitos dentro de los cuales no había gente no había nadie de los cuales vendíamos 2 a 3 cuycitos lo demás nos comíamos así nosotros hicimos aquí el comercio, después y como somos tres hermanas entonces a los 2 a 3 meses como en verdad se necesita de manos, entonces mi hermana la otra también empezó a trabajar en eso con nosotros mismo que será unos 10 a 12 años trabajamos entre las tres y después ya nos independizamos, mi hermana menor vino acá con migo y mi hermana del Hueco se quedo allá y yo ya me compre esto y nosotros ya venimos a trabajar aquí, entonces ya fuimos totalmente independientes nosotros, dando gracias a Dios si dando gracias a Dios.

Bueno yo trabajaba en una cubichería, entonces aprendí y me puse este restaurante.

Por parientes que nos recomendaron hacer esto.

Porque mi mamá siempre supo cocinar, tenía buena sazón y se puso este local hace 14 años.

Bueno en este caso soy el administrador, la propia dueña es mi mamá pero se mas del ambiente porque tengo conocimiento de hotelería y turismo entonces nuestro objetivo principal ha sido dar una comida típica a todos los visitantes nacionales y extranjeros y si el establecimiento tienen como unos 30 años en funcionamiento aquí, bueno a pasado de un local pequeño a uno más grande eso es básicamente lo que nosotros hacemos.

Ejemplos: No.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 24.

Codificación abierta o en primer plano Ri-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Recursos iniciales. | |
| Código: Ri-E | |
| Segmentos | Categorías |
| 5 personas; entre semana 3 y fines de semana 8 personas. Sillas, ollas, mesas, platos, cucharas, compartimento de productos (Self-Service), campana extractora de olores, trampa de grasa, lavabo, mesa de trabajo, congeladora, refrigeradora. \$22000,00. | Entre los recursos que se necesita para iniciar un negocio está el personal, que va de 4 personas entre semana y 15 para los fines de semana ya sean para atender establecimientos turísticos como agencias de entretenimiento, lugares de comida y bebida y de alojamiento; en cuanto a los activos fijos variaran de acuerdo a la empresa, pues para un establecimiento de comida se deberá priorizar el equipo de cocina y el de comedor, para un establecimiento de alojamiento se deberá priorizar los servicios de recepción y limpieza mas el amoblado para mayor confort de sus visitantes y en los establecimientos de entretenimiento se deberá priorizar el equipo de actividades recreativas; en cuanto al presupuesto variara de \$500,00 a \$90000,00 según sea el caso con o sin construcción del inmueble. |
| 5 sin propietario. Cocina industrial, congeladores, vajilla, menaje de mesa, mesa. \$20000,00. | |
| 3 hermanos y esposa. Braseros, refrigeradoras, cortador de carne, mesas sillas, horno. \$2000,00. | |
| Personal inicial 4, actual 4, permanente 4, eventual 15 para información. Adecuaciones para restaurant, piscinas para pesca y equipo de canopy. \$2000,00 sin construcción física. | |
| 2 hijos y madre. Cocina industrial, horno, freidora, parrilla para cuyes, masas, sillas, frigorífico. \$3000,00. | |
| 3 personas. Braseros, cocinas, licuadoras, etc. \$20000,00. | |
| 4 personas. Camas, televisiones, Dvd, accesorios de baño y ducha, veladores, colgadores de ropa, sabanas, edredones. \$90000,00 con construcción. | |
| 3 personas. Mesas, cocinas, congelador, nevera. \$500,00. | |
| 4 personas. Tortero a carbón, mesas, sillas, toldo, platos de china. \$500,00. | |
| Ejemplos: No. | |
| Saturado: Si. | |
| Formato: Sampieri, (2006). | |
| Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 25.

Codificación abierta o en primer plano Te-E

| | | |
|--|--|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Tiempo para estabilizarse. | | Código: Te-E |
| | Segmentos | Categorías |
| 5 años. | Como te comentaba, el negocio no es que está completamente estable ahorita y con el cambio de administración como les comentaba y eso sucede en cualquier negocio tienden haber un poco de desconfianza de los clientes habituales, les da miedo que bajen la calidad, les da miedo que le suba los precios, hay muchas cosas que se les puede venir a los clientes y empezar a desconfiar del cambio de administración, a pesar de que la imagen sigue siendo la misma. | De acuerdo a las experiencias de los operadores turísticos el tiempo para estabilizarse en el corto plazo es de dos años hasta los cinco años aproximadamente. |
| En 3 años. | Bueno vera básicamente en la filosofía del proyecto depende de los objetivos que uno tenga no entonces aquí ha sido más para mantener el lugar, conservar la vegetación entonces podríamos decir que se ha consolidado en unos cuatro, cinco años por que el afán no es de lucro no es de ningún tipo de ese objetivo sino mas bien conservar e ir poco a poco. | Cabe recalcar que ciertas empresas están en la etapa de introducción al mercado turístico, estas a penas están iniciando e incursionando en el mundo turístico. |
| 2 años. | Recién empecé. | |
| | Recién estamos iniciando, un mes estamos, el 15 de febrero iniciamos ,recién estamos conociendo el área es el primero en toda esta residencia en los Jardines de Capelo, entonces es la única, es el primero, entonces estamos adecuando muchas cosas de acuerdo a las sugerencias de la gente que nos van pidiendo, de acuerdo al status y requerimiento de cada cliente, uno nos dice sabe necesitamos habitaciones de una forma, habitaciones más elegantes, necesitamos el servicio más adecuado al que ellos exigen, necesitamos un servicio más adecuado a lo que ellos exigen o a su vez la calidad la limpieza todo eso, entonces por eso estamos inaugurando. | |
| | En 2 años, teníamos más clientes y todo eso. | |
| Ejemplos: No. | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). | | |
| Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 26.

Codificación abierta o en primer plano Ec-E

| | | |
|--|---|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Razones para iniciar un negocio en Rumiñahui. | | Código: Ec-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | Porque aquí me crie, viví toda la vida, bueno yo nací en Baños y al mes que nací me trajeron a vivir acá entonces prácticamente soy de aquí. | Rumiñahui es elegido para iniciar una actividad económica por nativos del cantón y de provincias vecinas. |
| | Bueno realmente quedo escogido Rumiñahui porque yo vivo acá, hay muchas cosas que todavía le faltan hablemos específicamente a Sangolquí, pero si hay muchos servicios que todavía le faltan desarrollar y promocionar. | |
| | Porque yo soy de aquí, yo me crie aquí en Sangolquí. | |
| | Porque nosotros somos de aquí. | |
| | Porque me han dicho que aquí hay mas movimiento. | |
| | Porque me han dicho que aquí hay mas movimiento. | |
| | Porque es un lugar lindo y tiene un clima cálido y la gente es súper chévere. | |
| | Bueno nosotros somos originales de aquí, por ejemplo mi mamá ya lleva unos 40 años en esta actividad básicamente somos los pioneros en esta ciudad. | |
| | Ejemplos: | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Ya que estas topando el turismo, les falta mucho promocionar a nivel turístico, yo hace tiempos estuve en una operadora de turismo les pasábamos en los recorridos en Quito pero si les hacíamos venir acá a Sangolquí y les llamaba mucho la atención sobre todo el tema de gastronomía, entonces a los extranjeros presentarles un plato de hornado o el restaurante de hornados, que ellos vean el puerquito hornado, las tortillas de papa a un lado para ellos era muy interesante entonces en aquel entonces no había mucha la infraestructura para tener pasajeros extranjeros para poderles brindar un servicio de primera o cuatro, cinco estrellas, entonces todavía le faltaba en ese tiempo, ahora sí ha crecido bastante y a crecido bastantísimo la población y eso te genera muchas oportunidades, realmente tu mercado potencial a crecido muchísimo de hace diez años para acá, creo que por eso y con la idea que tenemos, como te digo no hay ese tipo de servicios acá y sería una buena idea iniciar en el valle de los Chillos. | |
| | Saturado: Si. | |
| | Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 27.

Codificación abierta o en primer plano T-E

| | | |
|--|---|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Trámites legales. | | Código: T-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | <p>Cuando iniciamos tenemos un mes plazo para adquirir la documentación pero fue ;bomberos , salud, municipio, patente y nosotros contamos con el permiso del Ministerio del Turismo, de bomberos , de salud , el RUC, en el de turismo o todos los tramites, siquiera unos 6 meses el de salud es el que más se demora, el problema era que había que hacer el trámite por internet y el sistema no daba, un año no nos dieron , hicimos el tramite pero no nos dieron , primero tocaba sacar aquí, luego nos mandaban a Quito o por el internet y así.</p> <p>Prácticamente ha sido un cambio de administración, pero es casi como comenzar un negocio nuevo a nivel de papeleo, ya no necesitas digamos la parte de infraestructura, instalaciones si todavía no vamos a cambiar completamente la imagen pero bueno una vez que se firmo el contrato de compra venta empieza todo el papeleo , sacar el RUC para el funcionamiento del establecimiento, de ley como tienes personal necesitas sacar tu numero patronal en el seguro social para la afiliación del personal, los permisos la licencia de funcionamiento de establecimientos comerciales aquí en el cantón Rumiñahui, bueno antes de eso necesitas la calificación del uso de suelo, son varios pasos que tienes que seguir entonces sacas; tu RUC, tu numero patronal, tu permiso de funcionamiento que eso puedes sacar en paralelo y necesitas un permiso de los bomberos también y después de eso certificados y permisos de salud para las personas que estén trabajando aquí , digamos que ahora está mucho más controlado que antes, porque antes te ponías un restaurante y te la traías a la señora que sepa cocinar bien rico y tan, tan pero no se cuidaba mucho la higiene, recién vi en las noticias que un restaurante me parece que era en Guayaquil que lo habían cerrado por que hicieron una inspección y una denuncia de una chica que había caído en coma o algo así, entonces cerraron el restaurante al menos temporalmente, pero por qué no cumples con esa normativa de salud, entonces al atender a un restaurante no solo le estas dando de comer a la gente es casi como un medico te la estás jugando con la salud de la gente y si no cuidas por lo menos los ingredientes vas a provocar una cadena de enfermedades , tienes la salud de la gente en las manos, no solamente les estas dando de comer sino que tiene la salud en las manos .</p> <p>La patente, bomberos, el RUC, el de turismo, claro tenemos las de turismo este año que paso el de higiene claro que antes sacábamos pero en el hospital y ahora nos vamos a Quito a sacar eso, son los carnet de las empleadas, de la dueña, claro hay que sacarse hacerse los exámenes de sangre todo eso, entonces ahí sí.</p> | <p>Algunos de los trámites legales que debe cumplir un operador turístico, se encuentra;</p> <p>el registro único de contribuyentes obtenido en el Servicio de Rentas Internas, el número patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social para la afiliación del personal, los permisos la licencia de funcionamiento de establecimientos comerciales en el cantón Rumiñahui, calificación del uso de suelo, permiso de los bomberos, certificados y permisos de salud para el personal, la escritura de propiedad del negocio, un estudio de impacto ambiental, la patente municipal, un estudio de cambio de contingencias para sistemas de aseo y drenaje, para la conservación de bosques y fauna en peligro de extinción, licencia ambiental, mediante la licencia ambiental se obtiene el permiso de funcionamiento con el Ministerio del Turismo.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.27.

Codificación abierta o en primer plano T-E

| | | |
|--|--|--------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Trámites legales. | | Código: T-E |

| Segmentos | Categorías |
|--|------------|
| Bueno en la actualidad los permisos que piden son; escritura de propiedad, el nombre del representante legal, un estudio de impacto ambiental, requisito que son elementales que cualquier persona puede cumplirlos. | |
| Permiso de bomberos, de la sanidad, de la policía, bomberos y un poco de permisos que hay que llenar de hoy en día para poder trabajar. | |
| En ese entonces no nos pedían nada solo la patente municipal , pero ahora sí , mire ;bomberos, permiso anual de funcionamiento ,certificado de control sanitaria , si todo lo que ve ahí no ,no eso es solo del 2014 se caduca en Julio , eso hay que sacar toditos los años , con todos los requisitos. | |
| Los tramites del municipio del uso de suelo, la patente, el permiso de los bomberos y el permiso de turismo y el de la sanidad. | |
| Todo, eso sí de documentos todo, del Ministerio de Salud, del municipio, los bomberos, cambio de contingencias si hay sistemas de aseo de drenaje , como se van a utilizar las aguas a donde se van a despachar con puntos estratégicos con coordenadas mediante GPS, donde está ubicado digamos si no está en una zona con bosques en peligro de extinción o a su vez fauna ósea todo eso está marcado en el GPS georeferencial y licencia ambiental, mediante la licencia ambiental podemos tener el permiso de funcionamiento con el Ministerio del Turismo. | |
| RUC, permisos de funcionamiento, bomberos, asegurar a los trabajadores, que mas, ya no se, es que mi papá saca todos los permisos, el es el que saca todos los permisos pero si sacamos y tenemos todos los permisos. | |
| Bueno en ese tiempo, mi mamá lo que cuenta es solo el pago al municipio, bueno ahora son muchos pasos que hay que seguir por ejemplo el trámite de permiso de funcionamiento , la patente, el de salud, establecer bien lo que es instalación eléctrica no es como al principio donde nosotros solo teníamos un puestito y ya pero ahora es un poco más, incluso ahora el SAYCE es el grupo de autores y compositores del Ecuador, pero mi pregunta es ¿Si yo escucho otro tipo de música? Ese dinero va mal direccionado. Bueno yo creo que en ese caso deberían pagar una discoteca un bar pero no sé cómo estará regulado básicamente eso, pero si es algo que no se está de acuerdo, no debería ser así mejor debería haber más facilidades. | |

Ejemplos: No. **Saturado:** Si.
 Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 28.

Codificación abierta o en primer plano Ca-E

| | | |
|--|---|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Clientes actuales. | | Código: Ca-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | De todo y de toda clase. No que yo me acuerde, pero si habido cubanos que viven aquí pero pocos no muchos. Del alrededor de Quito, Conocoto del alrededor, de Latacunga si vienen algunas personas. | Los clientes actuales que emergieron en la sumatoria de todas las biografías, fueron; |
| | Son residentes, la clientela es nacional, pueden venir jóvenes desde los 18 a los 19 años hasta tengo más o menos señores que tendrán unos 70 años, pero que tienen en común estas personas, que todos ellos están trabajando y tienen una actividad económica aquí en el cantón o gente que no es cliente habitual que por alguna situación baja al valle y asa por aquí, donde tienen un lugar para comer, entonces también tratamos de cuidar la imagen. | En cuanto a clientes nacionales del sur de la capital, del centro y la parte norte de Quito, de Tumbaco, de Conocoto, de Latacunga, del Quinche, de Machachi, de Manabí y Esmeraldas todos ellos trabajan o tienen una actividad económica es decir que son clientes de clase media baja, media alta y alta. |
| | Se tiene jóvenes, de todo pero más bien jóvenes. Vienen de otro país, vienen de Suecia, Suiza, Italia, España mas es el europeo. El cual fue una experiencia bastante grande porque realmente allá el cual le tienen como mascota y se admiran de lo que les matan, pero primero se empiezan a pegar la patita y después para que les gusta y regresan. | En cuanto a clientes extranjeros Cuba, Suecia, Suiza, Italia, España, Alemania, Estados Unidos, China, Argentina, Perú, Colombia, Canadá y Francia. |
| | Yo creo que las personas entre 10 a 25 años, ósea niños y jóvenes, básicamente por las instituciones educativas que visitan acá; universidades, colegios y más aun estos últimos años tienen esto de programación de visitas que tienen que salir cada cierto tiempo las instituciones educativas de observación al medio ambiente entonces ya no es el clásico paseo que van a ver unas canchas , entonces primero observan las características naturales del lugar ,concientizar a las personas a los niños, darles la importancia de los lugares que son realmente dignos de tomar en cuenta aquí , en el Ecuador felizmente hay varios lugares de estos que en otros lugares no existen , entonces esa sería nuestra acogida , como ustedes pudieron darse cuenta he tratado que todas las personas , que las familias se sientan desde el niño hasta la persona adulta de 30 a 40 años y como para una persona de la tercera edad se les da las facilidades y comodidades para que puedan estar aquí entonces cada segmento de estas personas tienen su distracción . Han venido extranjeros pero más el nacional. | En cual quiera de los casos son clientes, con categoría; pubescencia de 10 a 12 años, adolescentes de 13 a 18 años, adultos jóvenes de 20 a 25 años, adultos (I) de 26 a 45 años, adultos (II) de 46 a 65 años, adultos mayores de 70 años en adelante. |
| | De todo. También vienen de otros países; España, Estados Unidos, China, Italia si de todo. De todo lado; el Quinche, Quito, Machachi, de todo lado. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.28.

Codificación abierta o en primer plano Ca-E

| | | |
|--|------------------|---------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Clientes actuales. | | Código: Ca-E |
| | Segmentos | Categorías |
| En la mayor parte no hay persona joven, hay entre un rango de 30 en adelante igual adultos no se ha visto jóvenes, el rango esta de 30 en adelante, bueno es lo que esta hasta ahorita como iniciamos, está subiendo, las personas están llegando y es por qué no conocen están recién conociendo. | | |
| De todo hay de todo; jóvenes, adultos, de todo, vienen de aquí del país y del extranjero. Los estadounidenses han venido bastante, también argentinos, peruanos y también colombianos. Creo que son de Manabí, Esmeraldas. | | |
| Bueno nosotros manejamos clientes de clase media baja y los fines de semana tratamos con clientes clase media alta, entonces los fines de semana tenemos una clientela más exigente que es una clase más alta y pudiente, son adultos en la mayoría de los casos son familia. De Estados Unidos, de Canadá, de Francia. Son del sur de la capital, centro, la parte norte de Quito, Tumbaco y hemos tenido también visitantes extranjeros. | | |
| Adultos y adultos mayores. Sí, sí vienen de otros países vienen de Alemania, de España pero es muy de repente. De Quito, de todo lado vienen aquí. | | |
| Ejemplos: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Recién vinieron unas dos personas colombianas entonces nos pidieron alojamiento y nos dicen sabe nosotros vimos el rotulo arriba y está muy pequeño sabe que necesitamos que pongan más grande entonces ya muy bien , entonces ellos se quedaron aquí dos días y les encanto porque primeramente es tranquilidad y están en un lugar donde no afectan a nadie y ellos bueno se habían levantado de mañana entonces observaban todo habían estado arriba y se fueron más o menos cuatro de la tarde y dijeron nosotros queremos una tarjeta porque nosotros vamos a volver y decir a la gente de allá que vengan acá y decir ahí nos hospedamos entonces se fueron contentos y la mayor parte es del alrededor a los 500 metros a la redonda. | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). | | |
| Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 29.

Codificación abierta o en primer plano Ps-E

| | | |
|--|---|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Productos y servicios. | | Código: Ps-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | Ceviche de pollo. Ceviche de mariscos, bolones, empanadas de verde, cafés, ensalada de fruta. | Entre los productos y servicios que complementan la oferta turística se encontró: |
| | Almuerzos, platos fuertes, servicios a domicilio y para llevar. | En actividades de comida y bebida; ofrecen platos fuertes con postres de dulce y sal típicos del cantón, las frutillas con crema, las habas con queso, los choclos con queso, la chicha, los quimbolitos, las humitas, etc., se especializan en la comercialización de platos típicos pero con mejores presentaciones, prestan servicios a domicilio y buscan mejorar sus técnicas de venta. |
| | Cuy y pollo. Realmente aquí, si se quisiera ofrecer algo más que no sea el cuy no tiene cabida, es el cuy, el sector es el cuy, el cuy yo vendo aquí hasta el pollo asado pero no, el cuy es el que se vende más, el cuy es el que tiene establecido a este sector de las comidas porque si no fuera el cuy no se vendiera, no, no, no yo ya puse lo que es el pescado, el camarón, todo eso pero no el pollo y teniendo solo al cuy se podría estar sacando, teniendo algo de dinero, de utilidades, porque si no fuera el cuy esto se quiebra . | En actividades de alojamiento; ofrecen servicios de comida y hospedaje pero con actividades recreacionales y de transporte. |
| | Servicios de comida, hospedaje, camping, pesca deportiva, uso canchas deportivas. | En actividades de entretenimiento; concientizan al público sobre el cuidado a la naturaleza. |
| | Pollo asado, caldo de gallina, yaguar lacro, cariucho, cuy, fritada, secos de pollo, pristiños. Ir a entregar el cuy a domicilio por que para implementar otro plato no, más bien mejorarles a los platos. | |
| | Cuy. Aquí vendemos de todo; caldo de gallina, secos de gallina, chuleta, secos de gallina, fritada, yaguar loco, choclos con queso, habitas con queso, limonadas, entonces no hemos pensado vender nada mas, es que todo va de acuerdo al pedido del público, por ejemplo lo que piden es conejo pero tiene muy poca acogida y se da a medida que vayan pidiendo aquí el cliente. | |
| | Ceviche, encebollados, marineros, cazuelas, sopa marinera. No, ahorita mantenerme en esto. | |
| | Hospedaje, alimentación y traslado. | |
| | Encebollados, seco de polo, guatita y menestra. De platos podría decir, si claro, ósea mes a mes sacamos un plato nuevo a la venta y también quiero meter lo que es parrilladas eso sí. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.29.

Codificación abierta o en primer plano Ps-E

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Operadores de turismo.

Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento.

Unidad de análisis: Productos y servicios.

| Segmentos | Categorías |
|---|------------|
| Hornado, fritada, menudo, habas con queso, mote con chicharon, seco de gallina y chivo, caldo de gallina, pescado y gallina al horno. | |

Ejemplos:

- Acá estamos con el tema de restaurante entonces debe ser dentro de la misma línea si me permites me voy a reservar lo que quiero meter, bueno creo que desde Abril van a poder ver las dos que es lo que queremos hacer, entonces no me adelanto por que estamos haciendo pruebas del producto, realmente es algo que no hay aquí en el valle, todo es en el mismo campo de alimentación además de eso no solo quiero enfocarme en el tema de restaurante, por ejemplo estoy actualmente tratando de dar servicio a algunas empresas, ya tenemos cerrado el trato con una de las empresas, ya tenemos un convenio firmado y ya estamos llevando alimentación para el personal, este como te digo Rumiñahui se ha vuelto una minita de oportunidades, empresas empiezan a venir a funcionar acá, quieren salirse de quito entonces tienes muchas empresas por el parque industrial por Inchalillo entonces creo que es un poquito que busques la manera para sacarle el jugo a tu negocio, si tienes la capacidad de producir más realmente hay que vender más y sabes que ese es un tema que yo personalmente les sugeriría a ustedes y a todos sus compañeros también.
- Tenemos en forma general, paquetes para los estudiantes y mucho depende de la alimentación que es otro problema porque hay que tratar de evitar la contaminación por que la gente no entiende que no se puede ir al río a un sendero llevando a preparar ahí la comida y luego botar por allí y dejar allí entonces tratamos de concientizar eso de cuidar de los ríos y todo eso, ofrecemos paquetes económicos básicamente para personas que no les gusta ni la cabalgata, ni la pesca deportiva solamente caminar entonces se les da opciones, entonces hay paquetes completos como el canopy, pesca deportiva y la cabalgata o esta opción del camping , también tenemos habitaciones para hospedaje como le repito tratamos de dar opciones variadas y diferentes para que la persona pueda escoger. Estamos tratando y ya tenemos una parte de impulsar una granja de especies menores; gallinas, cuyes, conejos, tenemos una parte, siempre eso llama la atención a y claro que también participe la comunidad aunque aquí no hay algo cercano, unos barrios cercanos que a veces colaboran las personas y que en definitiva el sector pueda salir a delante y mejorar las condiciones y exigir la, mejorar la infraestructura fundamentalmente.
- Hasta ahorita y con el señor que se llevo la tarjeta dijo que si podemos extraer y hacer conocer otros rumbos mas y no solo quedarse aquí sino otros rumbos mas ose seria excelente, pero eso estamos recién, más que todo debemos ver si podemos, porque al traer gente usted tiene que tener dónde hospedarles y con todas las de ley entonces es por eso que estamos adecuando más cosas para poder hacer eso pero como digo, estamos recién, estamos solo así nomas.
- Somos un local netamente de comida típica, donde nuestro producto principal es el hornado, tenemos fritada, mote con chicharon, habas, choclos, seco de chivo, seco de gallina y yaguar loco y jugos naturales, chicha, limonada y en segundo plano sodas los días viernes estamos ofreciendo la tilapia en forma de maito pero con la diferencia que preparamos en horno de leña entonces ese es nuestro nuevo plato. **Saturado:** Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 30.

Codificación abierta o en primer plano Com-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Competencia. | Código: Com-E |
| Segmentos | Categorías |
| <p>No yo creo que no, obviamente que si hay pero yo creo que depende de la atención y cada uno tiene con sus clientes, lo que si hay que cada día ganar más clientes, hay que ser mejor que la competencia.</p> <p>Todos los que ofrezcan comidas o todos los locales que ofrezcan comidas o bebidas, entonces tienes que hacer algo u ofrecer algo diferente o ambas cosas que los demás, pero tú sabes que los fines de semana la gente baja al valle de los chillos para comerse un plato de hornado entonces tratamos de, o actualmente estamos teniendo una línea de platos nacionales, platos fuertes y cuenta mucho la presentación que les damos al plato pero no nos queremos meter exactamente con el hornado, bueno queremos darle una nueva presentación al hornado.</p> <p>El hueco, ellos son arraigados aquí, ellos ya venden aquí más de 40 años, nativos de aquí, ellos son de aquí de Selva Alegre nativos, nativos de Selva Alegre.</p> <p>Vera nosotros la filosofía que tenemos aquí es, la competencia somos nosotros mismo entonces no es una referencia los lugares que puedan existir por este lugar, porque si nosotros llevamos muy bien las cosas, nos va mejor porque esta con la visión correcta, trabajando en información o en la atención, la verdad a nosotros no nos interesa los lugares que puedan haber, tal vez si otros lugares por ejemplo; digamos Baños, Míndo, de aquí no lo ideal es trabajar en forma conjunta para que el sector gane.</p> <p>Por ejemplo se vende aquí; caldo de gallina, yaguar loco, tortillas con fritada, cariuchos, secos, pero es el cuy.</p> <p>Yo creo que los mejores competidores somos nosotros porque la clientela hay para todo el mundo entonces mientras uno podamos mejorar nos beneficiamos nosotros de ahí la verdad, los clientes hay para todos y cada local tiene su clientela.</p> <p>Tal vez el hornado.</p> | <p>Las opiniones sobre la competencia variaron entre;</p> <p>La competencia depende de la atención ofrecida por la empresa a sus clientes, la atención debe mejorar constantemente para atraerlos.</p> <p>Es hacer algo u ofrecer algo diferente o ambas cosas que el resto de empresas, a fin de mantener un punto de comparación donde los elegidos sean aquellos establecimientos que se mantienen creando nuevos servicios y productos que complementan al producto estrella.</p> <p>La competencia depende del tiempo en que una empresa se encuentre posesionada en el mercado, es decir que a más años, más aceptación del público tendrá.</p> <p>La competencia es la propia empresa que busca nuevas formas de transmitir información y mejor la atención para aportar a un trabajo conjunto entre los integrantes de un sector económico.</p> <p>La competencia se mide a través de la calidad de productos y servicios y la comodidad que cada empresa pueda ofrecer.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)


Cuadro 3.30.

Codificación abierta o en primer plano Com-E

| | | |
|---|------------------|----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Competencia. | | Código: Com-E |
| | Segmentos | Categorías |
| <p>Aquí no tengo a excepción de San Pedro que existen dos posiblemente por la situación como le digo sería bueno que vean las habitaciones y de acuerdo a la calidad digan todavía no y todo eso se ha hecho mediante un sondeo, estudio de mercado que se hizo hace tres años hice yo, hicimos un estudio de mercado viendo la oferta y la demanda, entonces como usted sabe la oferta y la demanda es lo primero entonces no tengo competencia todavía más que todo en Capelo, San Rafael.</p> <p>Competidores de aquí San Pedrito y el Pollo Carbonero ellos son los más competitivos.</p> <p>La parte de Selva Alegre, ellos al momento de vender el cuy asado también ofrecen fritada platos derivados, que están como platos secundarios de ellos aunque obviamente su plato principal es el cuy y mucha gente va para allá y no vienen para acá simplemente por el tráfico y la comodidad.</p> | | |
| Ejemplos: No. | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 31.

Codificación abierta o en primer plano Eq-E

| | | |
|--|---|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Trabajo en equipo. | | Código: Eq-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | <p>Si, si es por el bien del cantón, claro, pero el que ahorita debe hacer eso es el municipio, el que tiene que impulsar el turismo del cantón.</p> <p>Por supuesto, por supuesto que sí, pero todas estas campañas tienen que estar realmente guiadas por alguien, si se proponen las entidades de control este tipo de campañas chévere, si puedes mejorar la imagen o los servicios más bien, si puedes mejorar los servicios, desarrollar nuevos servicios para complementar todo lo que es turismo, entonces ya no se van a quedar solamente en Quito paseando en el centro histórico, van a bajar a Rumiñahui y nuevamente vas a expandir tu mercado potencial, entonces emprender ese tipo de campañas es interesante no solo para uno sino para todos.</p> <p>Claro, sería el éxito.</p> <p>Claro nosotros siempre estamos abiertos a esa posibilidad inclusive hemos tratado de hacer convenios con otros lugares turísticos de otras provincias, una especie de intercambio y en definitiva que todos tengamos la satisfacción de hacer un buen trabajo, que sea sustentable, nosotros siempre tratamos de mejorar y como digo hay convenios igualmente con operadores turísticos que puedan conocer el lugar, si nosotros hemos tenido acogida para nosotros es gratificante que hayan venido instituciones los cuales han sido por ejemplo de escasos recursos. Claro lo ideal es eso como le digo trabajar las personas del sector pero por ejemplo aquí hay unos lugares pero con una sana competencia.</p> <p>Yo creo que sí, no tengo ningún problema.</p> <p>Si y siempre y cuando la situación sea la acorde, aunque es bonito ver los buses de turistas, vienen los buses de turistas a veces en los paquetes turísticos vienen, se bajan pero es más la novelería no es el consumo por ejemplo en un bus vienen unos 20 y compran un cuy entonces para dar un pedacito y probar más que nada, entonces en realidad a nosotros lo que nos enriquece mas es el turismo nacional o extranjeros que de verdad les gusta porque vienen dos o tres personas que en realidad les guste y no los de la novelería, es bonito verles a lo gringuitos andando y todo pero en realidad no es algo que nos corresponda.</p> | <p>Los operadores turísticos están de acuerdo en trabajaren conjunto, pero para ellos es necesario tener una guía, un líder donde el más apto es el municipio, así fácilmente se podrá; emprender campañas de trabajo en equipo, hacer convenios entre centros turísticos pero sustentables en el tiempo, trabajar con aliados como instituciones de bajos recursos, programar charlas comunitarias con moradores y convenciones que faciliten trabajar en propuestas de mejora para el sector turístico en el cantón Rumiñahui. Adicionalmente será fundamental direccionar a la gente que es un poco reacia al tema, para unirse al cambio y al desarrollo de forma que el apoyo emane también de los moradores que proporcionan soluciones positivas y no huyendo sino se unen a trabajar en conjunto.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.31.

Codificación abierta o en primer plano Eq-E

| | |
|--|---------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Trabajo en equipo. | Código: Eq-E |

| Segmentos | Categorías |
|-----------|------------|
|-----------|------------|

Claro, si.

Eso sí, si eso queríamos hacer aquí mismo con la gente de la comunidad ósea crear, cera el momento que se crea fuentes de como en este caso de alojamiento o hospedaje automáticamente usted está creando el turismo atrayente pero se puede implementar muchas cosas entre la gente mismo, entonces sabe que el valle es conocido por los hornados y por los cuyes, ósea aquí, yo le he dicho a mucha gente que he tenido la oportunidad porque para crear esto tuve que hacer charlas comunitarias entonces aquí tenemos una capilla de Capelo y ahí hacemos, entonces yo les he dicho yo no pongo el hostel solo con fines lucrativos sino con fines muy diferentes porque creo que todos debemos apoyar en algo positivo, pero la gente es como un poquito alejada, un poquito como que se asusta, si a veces mucha gente viven más de 40 a 50 años aquí pero entonces como que es un poquito complicado llegar a ellos eso sí, pero de ahí se ha visto muchas veces y estoy pensando aquí mismo hacer un tipo patio de comidas y limpiar todo lo que existe alrededor y desde aquí mismo usted tiene todos los puntos de salida a encuentros como discotecas a 5 minutos de aquí a San Rafael y a 5 minutos más cerca a la vía al tingo y todos son centros de atracción donde la gente puede ir, entonces puedo estar encaminando ese tipo de trabajo, de llevarles, de traerles y darles un buen servicio y eso es darle trabajo primero a la gente que trabaja como taxis, taxi amigo entonces yo he tratado de hacer un acercamiento con ellos y sabe que nosotros tratamos de hacer esto pero si usted también nos colaboran y si ustedes quieren yo les puedo dar los clientes para que los puedan llevar y retornarles en viceversa, todo es un trabajo en conjunto, ósea yo creo que existe un poco de frenamiento por la situación que desconocen mucho, entonces ellos se han puesto en este punto pero si estoy llegando poco a poco pero no tanto, si esperemos, esperamos, que todavía seguimos acabando, acabando y todavía queremos implementar mas, entonces queremos ver que mas vamos a implementar.

Yo creo que eso depende del municipio, básicamente si el municipio nos manda una carta de invitación y nos brinda una sala de convenciones para conversar en algún evento yo creo que no estaría demás, si seria, hay gente y yo conozco a muchas personas de otros locales y es gente mayor que se resiste al cambio o le huye pero a veces no es cuestión de huir sino de unirse y tratar de ver convenciones y tratar de ver estrategias por ejemplo : Yo tengo un evento y tengo que dar unos cincuenta platos de hornado préstame tu proforma y como van los platos para trata de pronto ayudarnos yo creo que sería una buena alternativa, si no habría problema.

Ejemplos: No.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 32.

Codificación abierta o en primer plano CMP-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|---|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Cambio de la matriz productiva. | Código: CMP-E |
| Segmentos | Categorías |
| <p>Sí, claro que ahora están impulsando todo lo que es turismo.</p> <p>Si lo había escuchado pero la verdad no están muy claras las reglas del nuevo juego que quieren hacer, entonces falta, creo que falta mucha información, es muy bonito hablar de un discurso de cambio de matriz productiva, pero realmente que se está haciendo por eso, creo que falta mucha más planificación en ese sentido porque teniendo esa intención desde el inicio del periodo de este gobierno, estoy hablando desde el 2006 me parece, hablando y llenándose la boca de eso, debieron haber empezado a planificar mediante ese tema y creo que es una, bueno yo siempre digo donde fallamos muchas veces los administradores y ustedes como tales y tiene que ver mucho ese tema es en la planificación a veces es más cómodo reaccionar en lo que se va dando en el camino pero pensar antes de hacer las cosas es un poco complicado hablo como administrador e ingeniero comercial también no, me parece excelente que dejemos de depender tanto del petróleo.</p> <p>Si sabía.</p> <p>Claro, realmente ojala no sea solo enunciados que hace el gobierno, el Ministerio del Turismo por que el turismo es un pilar básico para el país por que visitan personas de todas partes del país, en especial en este país que hay tantos atractivos en sierra, selva, montañas, playas, Galápagos que ningún país puede tener eso, hay países que si bien tienen la playa, pero no tienen montañas peor van a tener las islas Galápagos o selva, podemos visitar prácticamente en 8 a 10 horas tres regiones del país y sin avión solamente en carro.</p> <p>No, no sé, la verdad yo no, yo no estoy al tanto de todo eso, pero aquí lo que falta es parqueaderos porque aquí no hay aquí tienen que ponerse una fila entera de carros a este lado y ha este otro lado entonces no hay parqueaderos.</p> <p>Sí, bueno nosotros conocemos pero mis papás no mucho, pero ahorita se está dando mucho impulso de eso, porque se quiere que sea uno de nuestros factores económicos de ahora en adelante por eso es lo que estábamos mejorando las condiciones de este edificio para estar dentro de los estándares de calidad.</p> | <p>La concepción sobre el cambio de la matriz productiva en el sector turístico variaron, entre;</p> <p>Es dejar de depender de otros sectores económicos, como; el petrolero e impulsar nuevos sectores como el turismo aprovechado los atractivos en regiones, como; selva, montaña, playas e insular que pueden ser visitadas en un solo día.</p> <p>Para cambiar es necesario; aumentar la información, establecer reglas del juego, planificar y actuar,</p> <p>es cambiar de un factor económico a otro, es mejorar las condiciones físicas de un edificio, de sus interiores, de sus productos y servicios, es cumplir con estándares de calidad, es básicamente crear una industria no contaminante, es tratar bien a un cliente para atraer más en un boca a boca, es usar redes sociales, es dar nuevas cosas a los clientes, es valorar nuestra cultura y platos típicos, es empezar desde la niñez, es aprovechar recursos naturales, es decidir dejar el petróleo bajo tierra y dejar de dañar su naturaleza para promocionarla, es crear servicios complementarios.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.32.

Codificación abierta o en primer plano CMP-E

| | | |
|--|---|----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Cambio de la matriz productiva. | | Código: CMP-E |
| | Segmentos | Categorías |
| No. | <p>Si, básicamente es crear una industria no contaminante y tal vez cuando llegue el turista nacional y extranjero de diversa índole y si yo le trato bien a un visitante yo mismo me doy una norma de marketing, básicamente nosotros nos manejamos así y si básicamente si yo trato bien a un cliente me va a traer obviamente mas, manejamos un poco de redes sociales, un poco del boca a boca y siempre tratando de dar nuevas cosas a los clientes. Bueno en este caso el municipio como la propia ciudadanía deberían valorar nuestra cultura y platos típicos que se yo comer un yaguar loco o un caldo de gallina y no decir no, no, no, no me gusta, que feo y yo que se van y comen en un chifa y eso no es comida tradicional o que se yo van a visitar locales de gente colombiana que tampoco estoy en desacuerdo pero siendo ecuatorianos deberíamos proteger nuestras raíces ecuatorianas, nuestros platos y obviamente algo mas allá, el cambio debería empezar desde la niñez, en las escuelas, colegios, decirles haber tenemos una clase de acciones practicas, o una clase de extensiones que se yo, o algún club donde se les indique a los niños como se prepara un cevi chocho para dejar de consumir snacks, colas, que nos están afectando mucho, tratar de dar más de lo que son jugos, una chicha , eso sí.</p> | |
| | Ejemplos: | |
| | <ul style="list-style-type: none"> Costa Rica es un país que netamente vive del turismo a pesar de que tienen petróleo es un país que netamente vive del turismo y en diferentes aspectos del turismo tienen un nivel de vida muy parecido al nuestro, la comida es también muy parecida a la nuestra y no veo por qué no lo podremos hacer siendo un país con muchos más recursos que Costa Rica, entonces tenemos recursos turísticos, recursos productivos , creo que tenemos mucho que aprender de Costa Rica y ellos han decidido dejar el petróleo bajo tierra entonces dejas de dañar su naturaleza para promocionarla y no es solo de llevarles de paseo a los turistas, tienes un montón de servicios complementarios a lo que es atraída del turista. | |
| | Saturado: Si. | |
| | Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 33.

Codificación abierta o en primer plano Inn-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Innovación. Código: Inn-E | |
| Segmentos | Categorías |
| <p>En un futuro pensábamos comprar un refrigerador mas grande, un congelador mas grande, pero ahorita no.</p> <p>Tienes valor agregado, un relativo buen servicio, haces cosas diferentes, tienes comparado con otras picanterías, tienes un establecimiento limpio, tienes gente que le ves como está preparando las cosas, les estás viendo también como van a servir tu plato a que no se le caiga el cuerito reventado al piso y lo cojan para servir .</p> <p>Claro, digamos siempre es de tratar de que el turista si regresa encuentre algo nuevo, algo digamos novedoso, bueno nosotros hemos tratado de conservar eso, la meta de nosotros es que venga el turista y encuentre en asuntos de servicios mejor pero la naturaleza casi intacta que es difícil conservar por ejemplo los senderos, los puentes, en especial el bosque, aquí hay una variedad de bosque primario, orquídeas , orquídeas , hay unas 20 variedades de orquídeas algunas en peligro de extinción y todo eso, entonces se trata de conservar eso por que redundo para el futuro de las nuevas generaciones, un ambiente que todavía se pueda conservar en estos lugares que uno pueda visitar y se tenga digamos en la naturaleza intacta. Nosotros tenemos permanentes capacitaciones de atención al público, de cómo conservar el lugar, las plantas por ejemplo en este caso a nosotros no nos dio resultado poner el nombre a las plantas, el nombre común, el nombre científico, en nuestra cultura no valorizamos lo que tenemos aquí en el Ecuador, entonces arrancaban y veían a una N.T. que es una especie en extinción y cogían y arrancaban las orquídeas, entonces conjuntamente con la Cámara de Turismo, Ministerio de Turismo, no poner la señalización porque la gente veía, por ejemplo alguna variedad de planta la achupalla, la gente va se saca y se lleva cuando viene acá, pero ese tipo de vegetación son de 30 a 40 años y digamos que es por llevarse no creo que sea por hacer daño sino que no saben porque si una planta le arrancan no le va a servir en ninguna parte si no tiene las raíces, supuestamente tiene que sacarle con raíces y plantarle en otro lugar, realmente eso es lo que se debe impulsar en la educación en escuelas, colegios es la protección de estos lugares.</p> <p>De todo, porque esto no era así como le está viendo, no era así, esto era en una casita vieja que teníamos de un piso y de teja como la de acá alado así era como la de al frente así, así empezamos como le ve usted al frente y dando gracias a Dios.</p> | <p>Entre las descripciones de los participantes sobre la innovación en el turismo se encontró;</p> <p>Es la inversión, renovación, mojarra, arreglo y cambio futuro.</p> <p>Es dar valor agregado, dar buen servicio, hacer cosas diferentes y novedosas.</p> <p>Es mantener permanentes capacitaciones en idiomas.</p> <p>Es buscar alternativas para incrementar ventas tomando en cuenta hasta el mínimo detalle del servicio.</p> <p>Es mantener la naturaleza intacta para generar un agradable ambiente para el visitante.</p> <p>Es impulsar la protección de lugares naturales para evitar la extinción de plantas nativas.</p> <p>Es crear nuevas distracciones, sensaciones y experiencias de vida para darle al turista un motivo para regresar.</p> <p>Es promocionar en grandes masas y no en pequeños nichos de mercado.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa) →

Cuadro 3.33.

Codificación abierta o en primer plano Inn-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|----------------------|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Innovación. | Código: Inn-E |
| Segmentos | Categorías |
| Si recién estamos remodelando, pero en la cocina nos falta un poco por que nos faltó un poco de dinero, el local no era así ahora tenemos hasta los baños bien hechos; bueno lo que ve, cambio de mesas, pintura, instalación del porta vasos, cambio de luces, bar, televisión, en la cocina tenemos que embaldosar las paredes, tenemos que poner para que baya el agua por el suelo. | |
| Claro, innovar vera la innovación es dar cambios en este caso al servicio que se da, dar un como se dice un valor agregado o más, ósea la atención, por eso digo, mis niñas están atendiendo a veces aunque a veces viene mi hijo y mi otra niña ósea es solo mi familia, solo mi grupo familiar ósea mi hijo y mis dos niñas entonces ellos ya vienen, vienen de clases y vienen aquí, yo vivo de aquí una cuadra más arriba. | |
| Innovar, sí, sí, claro, no sé, si claro, abrir un local aquí a lado y dar otro color, otro ambiente al local, poner letreros con todos los platos y precios, si, si algunos cambios queremos hacer en el futuro. | |
| Claro si, lo que pasa es que cada año aquí yo le cambio la estructura y quiero poner ahí al frente lo que se llama el cajón luminoso para los platos eso, las mesas siempre seguir renovando, les mejoro, les arreglo cada año, se cambia de manteles todo eso. | |
| Bueno en ese caso si hemos tratado de ayudar en este caso como manejo dos idiomas les ayudamos de una u otra manera, básicamente si en otros lugares si un turista va y no pueden hablarle y darles la normas básicas no van a poderle explicar que es un plato de hornado, como está hecho, como se compone entonces de pronto eso es una ventaja para nosotros. | |
| Ejemplos: | |
| <ul style="list-style-type: none"> Entonces como ves tratamos de mantener un espacio que sea tranquilo, puedas venir comer, si vienes con tu familia con tus amigos al menos puedas tener un área privada para ti y para no distraerte con el ruido de afuera, distraerte un poco de la calle por eso traemos los televisores y ponte restaurantes de almuerzos, no tienen eso acá, entonces viene solamente gente que en su hora de almuerzo esta tan metido en el trabajo que solo quiere distraerse un poco, entonces a veces nos piden que les pongamos una novela, que les pongamos los Simpson o que les pongamos las noticias, realmente si, tienes que darle un motivo a la gente para regresar por ejemplo en carnaval, vinieron una familia con sus hijos chiquitos de unos 8 a 10 años por ahí y cuando se acercaron a la caja vieron que yo tenía una carioca ahí, un tarro de espuma y me dicen a, a, a, a esa es tu carioca, les digo si y me dicen a, a, a y le digo | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.33.

Codificación abierta o en primer plano Inn-E

| | |
|--|----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Innovación. | Código: Inn-E |
| Ejemplos: | |
| <p>toma ven, ven, ven y les digo en secreto claro en chiquis , les digo toma te presto la carioca pero échales a tus papas y el enano agarra la carioca y les hecha a sus papás y los papás muertos de risa, entonces desde ahí y por los enanos que quieren venir para acá o una niñita que también vino con su tía a desayunar creo que estaban haciendo algo de la escuelita de la niña y vinieron acá y a la nena le gusto, eran los únicos en esa mañana entonces le digo a la nena, oye quieres que ponga programación para niños o quieres que ponga programación para tu tía, me dice no quiero para mí y le pusimos el canal que ella quería, desde ahí y me contaba eso la tía que desde allí ella quiere venir a desayunar acá a parte que le gusta el desayuno porque bueno a los niños darles por ejemplo chocolate, yogurt con leche, entonces son detallitos que creo es parte del servicio, puedes tener un buen producto pero si tu servicio falla, es lo mismo que tener nada. Otro ejemplo el tema de Riobamba, Riobamba estaba promocionando sus fiestas y todo en televisión nacional que es una buena iniciativa porque realmente antes no se veía eso.</p> <ul style="list-style-type: none"> Ahorita con el negocio, bueno como te comentaba dentro del restaurante bajar un poco la inquietud de los clientes, pero estamos viendo algunas alternativas para incrementar y recuperar esos clientes que había antes en el restaurante, atraer más gente acá el restaurante tenemos una capacidad acá abajo para 25 personas, arriba de 35 y aunque no les parezca hay capacidad para 60 personas aquí , ya entonces luego les voy hacer conocer arriba además de eso en producción tengo mayor capacidad de producción todavía entonces tengo que sacarle el jugo al área de producción también pero si aquí ya no tengo la capacidad de recibir más gente cierto, entonces tengo que dar servicios hacia afuera entonces estamos haciendo entregas a domicilio, queremos ver el tema de familias por ahí tengo un par de familias que ya están pidiendo bueno ya son 4 familias las que están pidiendo, entonces son alternativas para incrementar ventas pero como se logran esas ventas, pues haciendo gestión, salir y solearte un rato, patear el pavimento como solíamos decir en ventas, patear el pavimento, solearte, quemarte, tostarte y mojarlo en la lluvia pero cerrar la venta, eso es todo, ya que saliste, ya que te incomodaste, ya que saliste de tu casa temprano, que vas hacer, de una vez, vendamos, hagamos algo venderemos no es cierto entonces esa es la principal actividad que deberían enseñarnos antes de hacer bonitos presupuestos primero deberían enseñarnos a vender por que vender significa generar ingresos, hacer presupuestos es gastar, por que el financiero, el contador y quien sea el que te haga el presupuesto, el no te genera ventas a él le tienes que pagar su sueldo, el departamento de marketing no vende, el mercado logo te hace una investigación de mercado pero te hizo gastar un montón de dinero, te va a sugerir una gran campaña publicitaria en medios masivos nada mas, paga la televisión, paga el periódico, paga los volantes, paga las promotoras y etc. y donde está la venta, claro desde televisión puedes poner llama al 1-800 JUAN no es cierto y el rato que te contactan ahí tienes la oportunidad de vender pero el de marketing no vendió nada, entonces los de marketing no son los que van a contestar el teléfono o van a sacar una cita, el administrativo esos son gastadores, el financiero gasta más todavía y quien genera ventas, fíjate lo que te estoy diciendo producción ellos no generan | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.33.

Codificación abierta o en primer plano Inn-E

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Operadores de turismo.

Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento.

Unidad de análisis: Innovación.

Código: Inn-E

Ejemplos:

ventas, ellos producen, pero compraste los ingredientes en el tema de restaurante, le estas pagando los sueldos y todos los beneficios tienes un riesgo patronal con el seguro social, no tienes una obligación, tienes un riesgo porque ahora es riesgo y si no cumples con tus obligaciones patronales te cierran el negocio y cárcel y de dónde vas a pagar a la gente de producción, al administrativo, al mercado logo a recursos humanos, los cuatro vendedores generan los ingresos para pagarle a toda la empresa y muchas empresas tratan a los vendedores como la última rueda del coche, hay algunas empresas que si dan capacitaciones pero este sí, hay veces que vas a buscar algo y el vendedor no está capacitado, simplemente a las ventas todo el mundo le huye y solo entran a ventas como terapia ocupacional, lo que yo hice y me termine quedando tres años siendo financiero y toda mi carrera se ha desarrollando en el área comercial, he sido; desde vendedor razón de a pie, director comercial, gerente de ventas, estuve en el exterior y fui gerente de ventas en una empresa y en una ciudad que no conocía, pero tal técnica de ventas es la misma aquí o en la china.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 34.

Codificación abierta o en primer plano Oprc-E

| | | |
|--|--|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Organismos de promoción, regulación y capacitación. | | Código: Oprc-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | Si, el municipio, el estado. | Los organismos de promoción, regulación y capacitación que surgieron fueron; |
| | De lo que tengo entendido es abajo el municipio, de ahí no, no tengo entendido. Tampoco, no sé. | El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Rumiñahui. |
| | Últimamente creo que está impulsando este gobierno, la parte turística parece que si hay cambio de algunas, bueno si ha impulsado en los últimos años, fundamentalmente el Ministerio de Turismo y en forma particular los municipios, las autonomías, las cámaras de turismo, sí, creo que sí. Bueno yo tengo conocimiento del CAPTUR, que es la Cámara de Turismo de Pichincha, que le ofrece diversos tópicos de cursos, diferentes; gastronomía, conservación, contabilidad entonces ese conozco yo. Si, estos cursos de manejo de cuentas, de clientes, de atención al público sí, sí en especial a las personas de aquí. | El Ministerio de Turismo. La Cámara de Turismo de Pichincha. El Ministerio de Cultura y Patrimonio. El Hospital de Sangolquí. El Ministerio de Salud. |
| | No. En cuanto a cursos el Ministerio de Cultura y Patrimonio nos dan cursos. | El Instituto Rumiñahui. |
| | El Ministerio de Cultura y Patrimonio, nos han estado ayudando con esto de lo que es el turismo y cada tres meses están haciendo una revisión para que todo esté completo. El Ministerio de Cultura y Patrimonio y algunas veces el municipio pero mas es de manipulación de alimentos en el Hospital de Sangolquí. Para nosotros sacar los permisos del Ministerio de Salud de aquí en Sangolquí ahí nos capacitan a nosotros, si, no nos cuesta nada es gratuito, todos los años. | |
| | No. No. | |
| | Aquí no. No, tampoco. | |
| | No conozco. No tampoco escuchado. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.34.

Codificación abierta o en primer plano Oprc-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|-----------------------|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Organismos de promoción, regulación y capacitación. | Código: Oprc-E |
| Segmentos | Categorías |
| <p>El Ministerio de Turismo, las cámaras de turismo y lamentablemente aquí en el valle no se maneja la cámara que funciono unos dos o tres años y luego desapareció pero si estaría bien que la dirección de turismo se enfoque de una u otra manera trate de dar a conocer lo que tenemos. Bueno una de las principales falencias de aquí es que el municipio no brinda las facilidades del caso para establecimientos como este tipo de negocios, por ejemplo el camal municipal de aquí está cerrado, entonces si es una desventaja para nosotros porque en este caso debemos traer de Santo Domingo donde hay controles sanitarios y aquí por mala administración del municipio se cerró el camal municipal de aquí y ningún establecimiento cuenta con un camal, obligadamente no que se reabra sino que se dé un proyecto un estudio donde diga aquí tenemos un terreno y aquí se va hacer un camal con optimas condiciones y saludables , por que básicamente el alcalde no quiere abrir y porque tuvo una mala administración cuando hizo un proyecto de ordenamiento de agua que se va a purificar pero en realidad esa planta quedo botada abajo, entonces no hay, no hay ese apoyo y eso debería ser algo positivo y una ventaja para todos los locales, todos estamos inmersos en esos problemas y de aquí para otras localidades la carne sabe salir de aquí pero no hay un concepto de salubridad y eso es una falencia principal. Lo que hay es el Instituto Rumiñahui donde dan hotelería y turismo, hotelero, gastronómico y todos son pagados. Y a lo mucho el municipio no da cursos de cocina y cursos para poder vender y nada más, manipulación de alimentos, yo creo que de pronto una vez al año se debería participar en lo que es manipulación de alimentos para ver que opciones nuevas hay, maneras de cómo manejar desechos orgánicos y un poco mas de atención al cliente y eso sería un aporte más a nuestra empresa. El municipio brinda cursos de capacitación yo también estudie de lo que es administración, marketing, ventas entonces siempre trato de decirles como se trata a los clientes, como se maneja y manipula los alimentos yo que sé de pronto lo que son los principios fundamentales del marketing; plaza, precio, productos y siempre tratamos de darle una nueva imagen al local y si algo está mal cambiar, eso sí.</p> | |
| Ejemplos: No. | |
| Saturado: Si. | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 35.

Codificación abierta o en primer plano SA-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|--|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Servicios ambientales. | Código: SA-E |
| Segmentos | Categorías |
| <p>Claro, porque la naturaleza en primer lugar es la forma de vida para todos nosotros es algo que a todos nos gustaría que siempre haya la naturaleza, la naturaleza de por si es algo bueno para la vida de uno. Como se dice la peor plaga que puede haber en el mundo somos nosotros los seres humanos, los seres humanos somos los que vamos a terminar con el planeta y saben muchas veces lo que están haciendo y siguen haciendo, usted sabe que el que tiene dinero quiere mas y mas así vaya aplastando al resto y más que todo al mundo le va acabando. En ese aspecto seria alguien que o algo diga, puedan decir hacer un grupo porque uno solo no se puede, uno solo pelear contra el mundo es difícil, más que todo yo más arriba tengo un terrenito y ahí siembro todo, atrás hay jardines, yo vivo por Jatumpungo donde la naturaleza todavía esta como aquí es hermoso realmente .</p> <p>Bueno creo que aquí y no solo en Ecuador sino en Latino América estamos acostumbrados a que haya leyes bien estrictas y el gobierno estudiando las características socioeconómicas del sector quieran implantar eso porque es la única forma de proteger ósea con sanciones drásticas por ejemplo uno no tiene autorización de talar los árboles a pesar de que si hay pero debe aplicarse debe aplicarse, le repito debe haber un incentivo una regularización de cómo conservar, si yo tengo por ejemplo unas 40 hectáreas de árboles, pero eso no me sirve para comer ni para alimentar a mi familia entonces debe haber, como digo uno si explota el bosque puede tener en terrenos productivos para sembrar o para tener ganado entonces a algo que uno puede darle una utilidad pero los bosques no al menos si son nativos no se los puede tocar pero como digo uno también tiene necesidades propias y familiares para tratar de compensar eso y ahí debería intervenir el gobierno para tomar algún tipo de medida.</p> <p>Claro, eso sí, es que mire no es solo ver sementó, es que mire quisiera que vea solo esa parte, hay que respetar a que viene la gente, es que antes cuando yo no hacia esto mire todo eso era un desastre, tuvimos que sembrar árboles y darle un poco de mantenimiento y eso que a veces no les veo pero hay gente que no se da cuenta el daño que hacen, cogen y votan van y votan y a ves a los arboles les botan, les rompen y yo les digo saben si es posible siembren, se les ve bonito es algo elegante para mí, yo no rompo un solo árbol mejor siembro y esa parte de allá tengo todo con una vista medio panorámica y agradable.</p> | <p>Los servicios ambientales variaron entre;</p> <p>Fomentar campañas de reciclaje y educación en protección ambiental donde el cuidado de la naturaleza inicie desde la propia casa a fin de mantener un espacio limpio y sin posibles factores de enfermedad.</p> <p>Crear incentivos económicos para apremiar a quien toma algún tipo de iniciativa para proteger y conservar la naturaleza.</p> <p>Realizar estudios de características socioeconómicas que permitan establecer recursos de ayuda monetaria para el medio ambiente.</p> <p>Crear grupos comunitarios que monitoreen y controlen imperfecciones ambientales en cada sector.</p> <p>En pequeños o grandes espacios físicos; sembrar productos de consumo humano o árboles que al ser cuidados y mantenidos permitan disfrutar de elegantes y agradables panoramas.</p> <p>Separar, dividir y clasificar basura reciclable, de desechos orgánicos.</p> <p>Crear leyes y sanciones bien estrictas para proteger el planeta prestado donde vivimos.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.35.

Codificación abierta o en primer plano SA-E

| | |
|--|---------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Servicios ambientales. | Código: SA-E |

| Segmentos | Categorías |
|--|------------|
| Si, para poder tener productos de consumo de nosotros mismo. | |
| Si, los restaurantes o cualquier tipo de empresa, debería reciclar todo por ejemplo en el restaurant el aceite, las botellas, reciclar la basura más que nada. Nosotros lo que hacemos es reciclamos las botellas separamos, lo orgánico separamos y todo mandamos al basurero separado en fundas, eso es lo que hacemos. | |
| Si claro, porque hay que respetar eso que es vida y hay que respetar todo eso y no sé, sin la naturaleza no hay vida. | |
| Sí, yo soy de las personas que vivimos en un planeta prestado y por lo mismo nosotros debemos tratar de fomentar una campaña de reciclaje, entonces nosotros en ese campo y si tenemos una botella la reciclamos y cada cierto tiempo viene un carro y se va llevando lo que son botellas plásticas, papeles, los residuos de las comidas en lo que son verduras y tratamos de separar basura con desechos orgánicos y los huesos que hay gente que se lleva para los canes, entonces tratamos de reciclar a lo máximo. Darle la mano al medio ambiente. | |
| Claro que sí, porque sin eso ya nos contaminan. | |

Ejemplos:

- Definitivamente si, digamos una empresa es como una familia gigante entonces vamos al núcleo de la familia hagamos esa analogía, tu vives en tu casa y que tal si no cuidas a tu casa desde adentro, no botas la basura y la comida de varios días se queda ahí dañándose sobre la mesa, no recogiste los platos, no lavaste los platos, como va a oler eso, cuantas moscar vas a traer, cuantas enfermedades, si no lavaste el plato sírvete comida en ese mismo plato, el que esta medio verdeando y con alguna cosa de eso, realmente les pongo un ejemplo muy cochino, muy sucio, pero eso es lo que sucede muchas veces en las empresas en casa a veces si ya recogemos las cosas, pero en la empresa, en el trabajo tenemos una actitud diferente por que como no es mío, entonces el cuidado del medio ambiente, el cuidado de la naturaleza comienza desde tu propia casa, mantener tu casa limpia, mantener tu espacio limpio, es imposible no generar desechos no generar basura ya pero cada cosa en su sitio, en cambio que pasa si yo mi basura le paso al vecino, primero el vecino me va a poner una demanda, que pasa si en una empresa por ejemplo una de químicos y todos esos desechos químicos los bota al rio donde más

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.35.

Codificación abierta o en primer plano SA-E

| | | |
|---|------------------|---------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Servicios ambientales. | | Código: SA-E |
| | Segmentos | Categorías |
| Ejemplos: | | |
| <p>abajo hay una comunidad que vive de la pesca, entonces mandan desechos de cobre, de azufre, mercurio, no se cualquier cosa, la gente de abajo se va a enfermar. Que sucedió con el caso de Chevron Texaco, nos dañaron todo el medio ambiente, una conducta totalmente irresponsable realmente creo que toda actividad humana debería tener en cuenta a la casa grande una cosa es la casa chica pero la casa grande es donde todos vivimos pero también debemos limpiar la casa grande. Como te decía al principio, las cosas que tu aprendes en casa, hablo de principios y valores que puedes aprender en casa que puedes aprender nuevos principios, nuevos valores y que tus varios principios no pueden ser los correctos y puedes desaprenderlos también pero realmente si necesitas una campaña educativa que te vaya formando desde las bases, que pude enseñara un padre o una madre de familia a su hijo cuando ella no está acostumbrada o el no está acostumbrado a lavarse las manos después de ir al baño, hablo de ejemplos muy chiquitos, la conducta de una empresa es la sumatoria de la conducta de todos sus empleados, de todas sus colaboradores, entonces si todos tuvieran la misma educación, la misma formación, hayan crecido con los mismos principios y valores, sería mucho más fácil la convivencia humana, pero no es así, pero por lo menos tratemos de estandarizar ciertos valores, ciertos principios para que la convivencia sea mucho más fácil.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por lo menos si subías a la Simón Bolívar veías todo verde y unas partes blancas que eran las casas y ahora ves todo blanco y una manchas verdes que son los parques y alguno y otro terreno que no está construido. Sabes Quito todavía tiene áreas verdes, todavía tiene manchas verdes vallasen a otro lugar vean Tokio, Japón, bueno vean esos dos lugares ahí van a ver desde arriba las tomas y son unas selvas de sementó, si son selvas de sementó, yo viví en México cuatro años entonces tu llegas en el avión y de lo que ves el cielo azul cuando te vas acercando a la ciudad de México, tú has ido, no, y vez el cielo que es azul y se torna una nube medio cafecita medio gris así a unos 3 Kilómetros y ya se ve una cierta neblina que es smog, smog, por ejemplo un vendedor que no pueda usar su vehículo, dame las soluciones no es cierto, haber señor estado me quieres decir que no use mi vehículo ok si como me nuevo, dame las facilidades para moverme, pero vas a llegar sudado a una cita de trabajo, ok yo vengo al trote no es cierto desde mi casa para ahorrar dinero y me estas esperando para una entrevista, vengo y te doy la mano pero con una mano bien sudada porque estaba trotando ¿Te va a dar gusto cerrar un negocio con migo?. Yo como servidos publico llego discreteando a la oficina y llego todo chorreando de sudor te va a dar gusto a pesar de que estas pidiendo un servicio público no es cierto que te corresponde como ciudadana, te va a dar gusto sentarte con migo a pedirme eso entonces como dicen la imagen es todo. | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). | | |
| Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 36.

Codificación abierta o en primer plano Ami-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|---|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Proyectos amigables con el medio ambiente. | Código: Ami-E |
| Segmentos | Categorías |
| <p>No.</p> <p>Realmente no, pero lo que si tratamos de hacer es cuidar mucho el manejo de desechos entonces tenemos una persona que tiene criadero de cerdos y nos pide que el resto de comida que normalmente dejan los clientes que se los guardemos y también cuidamos la calidad de los ingredientes que usamos pero claro que tampoco le vamos a mandar cosas dañadas por ejemplo una fruta que está dañada no le vas a mandar a una persona realmente tratamos de darle un manejo adecuado a la basura a los desechos, realmente decir reciclaje o separación de desechos no tenemos pero creo que aquí es más fácil hacer ese tipo de cosas ahora se ha puesto hasta si quieres el tema ese de moda el de reciclaje es más fácil contactarte con empresas o personas que hagan este tema para reciclar y poder hacer tu campaña, tu mini campaña, de tu negocio de tu empresa.</p> <p>No, claro pero como le digo uno solo no se puede, siempre se necesita una guía para que, por que uno no sé pero si estaría dispuesto a apoyar.</p> <p>Estamos al tanto de los desechos de la grasa y también estamos llevando un control de clasear las botellas de todos los plásticos y todo eso entonces si se realiza todo eso.</p> <p>No, en un futuro claro que si por qué no, pero no tengo ningún proyecto en mente, pero con la basura, comenzando con la basura seria.</p> <p>Claro, reciclamos lo que es botellas, separamos lo que es basura, lo que es papel y lo orgánico en otro tarro, si claro y también tenemos un patio donde sembramos flores, plantas y también sembramos ají, lo que haga falta aquí, cilantro así.</p> | <p>Entre las iniciativas para apoyar proyectos amigables con el medio ambiente surgieron; Es necesario aprovechar la pequeña esquina de casas y empresas para reforestar. En campañas de reciclaje y educación en protección ambiental es necesario crear alianzas con empresas o personas de reciclaje. Para iniciar campañas de reciclaje en gran escala es necesario tener una guía. El reciclaje no debe limitarse en la recolección de botellas plásticas. Es necesario cuidar, limpiar y dar un continuo mantenimiento a ríos para apoyar el turismo con actividades, como; el senderismo, ciclismo y cabalgatas a la orilla de los ríos. De modo que los servicios ambientales se orienten a crear una moda con resultados saludables y de vida.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.36.

Codificación abierta o en primer plano Ami-E

| | | |
|--|--|----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Proyectos amigables con el medio ambiente. | | Código: Ami-E |
| Segmentos | | Categorías |
| Reciclaje de botellas plásticas, aquí creo que solo las botellas, creo que de ahí ya nada más. Bueno la verdad nosotros recogemos para regalar a las personas que van recogiendo las botellas, nada más. | | |
| Ejemplos: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Internamente, en esta parte como usted se pudo dar cuenta llueve bastante entonces hay que hacer en una forma periódica mantenimiento de los senderos, normalmente nosotros por ejemplo si hay un pequeño derrumbe o los arboles que se caen así ese tipo de cosas, es permanente porque uno y si vienen los turistas ya existen ese tipo de observaciones, recomendaciones entonces lo ideal es estar permanentemente, aquí el inconveniente es la extensión, entonces si fuera más pequeña usted puede empezar con algún personal para el mantenimiento por extensión del lugar, contando con el bosque es 60 hectáreas más o menos, entonces a veces sí, el mantenimiento es alto porque si uno tiene sol esta parte que estamos hablando del jardín, las canchas y de estos lugares para el camping esta época de invierno toca mínimo cada 15 días podar o tres semanas, porque a veces uno termina en un lugar y regresa a ver y ya ha crecido pero bueno. Pero cuando a uno le gusta. Vera nosotros los domingos o lunes vamos a recoger todos los residuos para recoger la basura y todas las semanas digamos es un atractivo para todo tipo de personas para encontrar el sendero limpio, sino no regresan. Claro nosotros trabajamos mediante un estudio de impacto ambiental para ver las fallas o ver que podemos mejorar digamos uno tiene que estudiar eso de forma técnica, siempre el atractivo de estos lugares es la naturaleza, la vegetación, la flora, la fauna entonces uno encuentra una parte que este bien descuidado siempre uno debe hacer de una forma técnica, el municipio o la cámara de turismo, entonces eso es nuestra meta conservar esto como esta. • No destruir, es que es elegante ver, hasta los pajarito vienen a cantar de mañana, chévere, es como que le alegra la vida, hasta al menos hay aire libre por lo menos no hay contaminación a excepción del rio que deberás todo el mundo le, es el Rio Capelo, es un afluente pero pobrecito ósea le hachan todo y esperemos que alguna vez las autoridades mismo como se dice que el cantón Rumiñahui traten de limpiar y todo, sería una belleza, hacer recorridos, no tiene mucha agua pero si, de todas maneras es un afluente que termina el paisajismo, un recorrido muy grande que más que todo crucen, sería muy buena. • Tenemos el ozono y con ese tipo de agua nosotros fabricamos nuestros productos. Es con filtros, y sale de la manguera que se hace una conexión y pone su filtro entonces y ahí va el proceso ozonificado y ahí sale el agua y con esa agua tratamos de preparar jugos y aunque muchas personas que abren el grifo y ya y con eso no hay muchas condiciones del caso y el agua contiene bacterias, gérmenes entonces por nosotros tratamos de darle al cliente lo mejor pero con un costo razonable nada más. | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 37.

Codificación abierta o en primer plano ITTL-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|---|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Infraestructura y tecnología en transporte y logística. | Código: ITTL-E |
| Segmentos | Categorías |
| Tenemos si y no, el servicio de los señores transportistas, transporte tenemos lo que quiera pero el servicio. | Entre las opiniones sobre infraestructura y tecnología en transporte y logística emergieron; |
| Más vías. | El cantón cuenta con el suficiente transporte público pero la atención debería mejorar. |
| Bueno yo creo que era una buena idea lo que el alcalde estaba haciendo pero se quedo en compromiso, lo del tren aéreo que disque ofreció y ahorita ya estamos casi a mitad del periodo y creo que no lo va hacer y sería una buena opción para las personas que no tienen auto, aunque si tenemos un buen servicio de la compañía Vingala que ellos sábados y domingos que ellos cogen gente en la universidad y ellos llegan aquí en la puerta pero yo decía para las personas que no tienen auto, pero conseguirse auto porque siempre los domingos donde más afluencia hay, para pasar por el centro de Sangolquí y por todas esas vías siempre es un caos pero mejor para las personas que vienen en bus es el transporte Vingala. | Adquirir transporte a nivel de trole bus, sería una alternativa para personas que no cuentan con un medio de transporte a los puntos turísticos del cantón. |
| Transporte no creo que falte porque si hay. | Es necesario tomar en cuenta problemas, como; la falta de parqueaderos e inseguridad. |
| Un transporte público más adecuado como póngase en Quito, yo sé que es saturado, pero un trole bus sería, no es solamente las unidades que prestan servicio pero es pésimo y las rutas de recorrido no es adecuadas, sabe debe darle a todo el mundo por igualdad, tenemos buenas vías ósea yo sé que no son de excelente calidad o amplias pero tenemos accesibilidad y salidas igual pero se debería dar una línea de transporte más adecuada para que la gente mismo ya no utilice vehículo particular ósea tenga mayor acercamiento a ese tipo de transporte. | Las autoridades deben mantener convenios con la empresa privada para trabajar con su colaboración. |
| Tiene el problema de los parqueaderos y el tráfico que se origina principalmente el día domingo y la inseguridad. | |
| Yo creo que el municipio de Rumiñahui debería trabajar en o tener proyectos con la empresa privada para ver las necesidades y ver que capacidades tiene el municipio para colaborar y también la empresa privada de colaborar y para ponerse de muto acuerdo para la proyección y mejoramiento del cantón y la empresa privada porque es la única forma de trabajar porque individualmente a veces también uno busca la comodidad de exigir al gobierno, al municipio, al consejo provincial igual uno debe poner algo. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.37.

Codificación abierta o en primer plano ITTL-E

| | | |
|---|------------------|-----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Infraestructura y tecnología en transporte y logística. | | Código: ITTL-E |
| | Segmentos | Categorías |
| Yo creo que no falta nada, yo lo veo bien al cantón sí. | | |
| Ejemplos: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Lo que pasa aquí, son nombrados los, si vienen aquí los transportes yo le digo los señores de aquí que tienen el hueco más de 40 años se encargan con el municipio de traer al turismo de por allá, con los buses y todo y se parquean a lado de ella, entonces no es igualdad no es igualdad como decir, vengan ustedes a este local también, es solamente para los del Hueco y ellos que son de años, se conocen de años, se llevan con el alcalde y como se dice eso es solamente un amarre y usted sabe que el dinero sigue al dinero disculpe la palabra pero si usted va y le lame el pie entonces le amarra, más transparencia, exactamente, que todos por igualdad, más que todo aquí sacan libros y todo, folletos del turismo pero siempre van los tres locales de aquí que son pioneros, pero como le digo los que recién empezamos no le dan mucha importancia, exactamente no le dan mucho apoyo, por ejemplo yo lucho aquí por que por aquí han pasado algunos que han estado dos, tres, meses a lo mucho cinco meses, pero como yo digo yo no me he dejado, yo tengo carácter, yo como estaba en Suiza, vine con otra cultura y uno ya se sabe y más o menos estoy estable aquí. | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). | | |
| Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 38.

Codificación abierta o en primer plano Vías-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Vías para el acceso de clientes y proveedores. | Código: Vías-E |
| Segmentos | Categorías |
| <p>Si.</p> <p>No son suficientes más que nada por el crecimiento que ha tenido el valle.</p> <p>Jodido, no tienen vías adecuadas aquí, no todavía, todas las vías son hecho pedazos y más claro el propio municipio de aquí se encarga de destruir, como estaba diciendo antes lo del medio ambiente, se encarga de destruir todos los árboles, acá abajo donde cobran la luz eléctrica habían árboles que yo tengo entendido estaban más de 200 años y fue y derrumbo para hacer un puente y después derrumbo aquí no más en la entrada a Selva Alegre, avía el parque donde estaban bastantes árboles todito eso, que hizo ahorita adoquino todito eso y bolo toditos los árboles no, como pueden hacer eso, como le pueden cortar, hay bastante árbol y que de aquí mismo el alcalde de aquí y supuestamente tendrían una organización para el cuidado del medio ambiente, le cortan de raíz entonces que se espera uno, si ellos con el poder hacen todo y uno sin el poder que se pude hacer.</p> <p>Creo que a veces, si tratan de hacer un esfuerzo uno tiene que estar consciente de que hay tantos lugares de que buscan mejoras, entonces deberían hacer un estudio completo, la verdad me parecen que si tienen un mapa de lugares turísticos, a impulsar porque uno no puede exigir que haya, o la desatención porque hay tantos lugares pero por ejemplo yo tengo conocimiento que el municipio de Rumiñahui si tiene un estudio de los lugares mapas de los sectores turísticos, vías no tanto por ejemplo esto es un claro ejemplo de eso porque aquí el mejoramiento de la vía a sido de forma particular y casi personal, pero cuando uno va a solicitar si hay acogida pero digamos a veces deben participar las personas involucradas en el sector pero si hay si hay colaboración por parte del municipio, en cuanto a maquinaria sobre todo.</p> | <p>Las opiniones en cuanto a las vías para permitir el acceso de clientes y proveedores se encontró;</p> <p>Las vías no son suficientes por el crecimiento poblacional y creación de nuevos conjuntos habitacionales. Existen vías que no tienen el debido mantenimiento y otras que son indiscretamente construidas sobre bosques.</p> <p>Debido a las numerosas vías a priorizar, faltan ciertos sectores alejados del centro que deberían tener mejoras en cuanto a vías.</p> <p>En Sangolquí ha aumentado la congestión vehicular y el tráfico los fines de semana.</p> <p>La construcción de ciertas vías ha disminuido el tiempo de ingreso al cantón.</p> <p>Las vías están empezando a mejorar progresivamente.</p> <p>La gente prefiere quedarse a las afueras del cantón para evitar el tráfico.</p> |
| <p>Si.</p> <p>Ahorita si aunque es bastante conflictivo pero usted como sabe con el tráfico en todo lado, porque mucho han venido a vivir acá a crearse urbanizaciones, conjuntos habitacionales entonces si es un poquito medio complicado el tránsito por la situación vial, pero de ahí el resto de vías de acceso si están mantenidas, si.</p> | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.38.

Codificación abierta o en primer plano Vías-E

| | | |
|--|---|-----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Vías para el acceso de clientes y proveedores. | | Código: Vías-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | <p>Bueno en partes si y no porque por ejemplo los clientes que vienen de Quito a aquí escucho mucho que no se han demorado mucho mas por que antes si era hecho pedazos las vías pero ahora ya tenemos más acceso con estas vías de Tambillo acá y de lo que es Sangolquí antes teníamos mucho problema con esa situación, había clientes que salían al medio día y estaban llegando 2:30 de la tarde pero para venir a comer acá entonces el tiempo que se tiene, entonces no es más por el estado de las vías sino del tiempo pero parece que con lo que hicieron en el Triangulo se ha bajado un poco, si se ha evitado el caos que hay en el Triangulo entonces si se ha visto reflejado en la afluencia de gente que viene acá.</p> <p>No, por que como ya digo aquí le falta porque aquí es una tremenda congestión todos los domingos, debería haber una vía para que puedan ir por otro lado.</p> <p>Si.</p> <p>Yo creo que debido al tráfico los clientes potenciales se quedan a la entrada a Sangolquí y como usted se pudo dar cuenta hay como tres locales grandes entonces creo que ellos se llevan la mayor parte porque es una empresa muy grande, es como un mayorista, entonces mucha gente prefiere quedarse a fuera por el trafico que se origina aquí los fines de semana debido a los que es la feria, entonces si es un problema eso, no solo para mi actividad sino para muchas actividades, entonces debería verse como fluctuar un poco más el trafico.</p> | |
| Ejemplos: No. | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 39.

Codificación abierta o en primer plano GUÍA-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
|--|---|-----------------------|
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Guía estratégica para agregar valor. | | Código: GUIA-E |
| Segmentos | Categorías | |
| Claro, si. Por que aumentaría mi clientela, se difundiría los productos que tenemos y habría más turismo para el cantón, habría más gente y sería el beneficio para los propietarios de los locales. | Entre las razones para aplicar una guía estratégica que impulse el turismo en el cantón, se obtuvo; | |
| Claro hablar de estrategia es proyectarte a futuro es hablar de planificación y a pesar que estudiamos eso muchas veces los administradores es donde nos jalamos las cuerdas, es más fácil y más cómodo sentarte a esperar a ver qué pasa que sentarte a pensar que pude pasar. | Para aumentar el portafolio de clientes. | |
| Claro, si. | Para dar a conocer los productos y servicios turísticos. | |
| Sí, claro. Porque tal vez tendría un poco mas de acogida. | Para proyectar acciones futuras (innovación). | |
| Si nos beneficiaría sí. Porque como se dice no estamos negados a un cambio tampoco, pero si nos ayuda se analizaría que nos sirve que no nos sirve. | Para posesionar la empresa. | |
| Si, hasta para coger más clientes, para tener más rentabilidad. | Para cambiar. | |
| Si. Porque es un beneficio para mí y al mismo tiempo realza mi negocio sería para dar a conocer más que todo, como le digo desconocen esta situación de aquí, es el primero le digo es el primero que abrimos y mucha gente desconoce inclusive si usted pregunta por aquí alrededor de unos 100 metros no mas, ¿A visto un hostel en capelo ¿ no, nunca hemos visto, entonces recién están, entonces si nos pusiéramos todos esto haríamos algo muy elegante aquí, si y en ese caso es por los miradores que existe pero en este caso la gente no solo va a mirar si no ha divertirse, entonces nuestra situación era en enlace con los taxistas para que se traiga a la gente para acá y tenerles con buena atención y de aquí trasladarles a los lugares que ellos quieran y existen muchos puntos de los que no estamos distantes tenemos aquí puntos de encuentro de diversión , puntos de relajamiento, puntos de balnearios, ósea algo en todo y tranquilamente los vehículos pueden irse, venir y traerles, eso sería fomentar el turismo en su totalidad. | Para aumentar la rentabilidad. | |
| | Para aumentar conocimientos. | |

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.39.

Codificación abierta o en primer plano GUÍA-E

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|-----------------------|
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Guía estratégica para agregar valor. | Código: GUIA-E |
| Segmentos | Categorías |
| <p>Si. Porque somos de las personas que tratamos de enfocar a nuestro cantón a tratar de brindar el conocimiento a cualquier persona sin ningún costo por ejemplo decir, sabe la cascada de Bilatuña queda a tal lado, a tantos metros, en qué clase de carro puede subir allá y cuanto me cuesta la entrada, para mi brindar información no hay inconveniente y si lo que sería posible es que el municipio nos brinde trípticos con una guía turística de aquí del valle de los chillos pero ya una nueva porque hace algunos años salió una guía del turismo y en español decía una cosa y en ingles decía otra cosa.</p> <p>Si. Porque es una manera de crecer y dar a conocer el local, nuestros productos y si, si, si, si sería una buena idea.</p> | |
| Ejemplos: No. | |
| Saturado: Si. | |
| Formato: Sampieri, (2006). | |
| Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 40.

Codificación abierta o en primer plano RECO-E

| | | |
|--|---|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Recomendaciones para impulsar el turismo. | | Código: RECO-E |
| | Segmentos | Categorías |
| | Bueno de viajar no he viajado mucho pero si haría falta campaña publicitaria para promocionar el cantón, en radio, televisión, volantes, eso. | Las recomendaciones para impulsar el turismo variaron entre; Crear campañas publicitarias para promocionar el cantón. |
| | Primerito el tema de capacitación no puedes esperar mejorar si tú mismo no mejoras como profesional, entonces uno siempre tiene que estar constantemente educándose, autoformándose, viendo capacitación quizás estudiando una nueva carrera todas esas sumatorias van agregando valor para el producto final que tu quieres dar, creo que por ahí comenzaría mi sugerencia, segundo las unidades educativas no solo hablo de primaria y secundaria, sino también de secundarias, realmente quitarse el chip de van formando gerentes, como yo les decía hace un rato y enfocarse también en la formación comercial de los profesionales que van a sacar, si no eres un buen vendedor, si no eres una persona capaz de tener un trato adecuado con el cliente, pero una le las cosas es también aprender esas técnicas para aprender a manejar a clientes conflictivos, para cerrar la negociación con uno de esos clientes conflictivos, con un cliente que venga y se queje a tu negocio y que se queje amargamente, pésimo que no se qué y luego convertir a esa queja en una venta futura ya eso normalmente no es lo que te enseñan en la universidad, lo único que te dicen es, hay que cuidar al cliente porque un cliente que tiene una buena experiencia lo multiplica por tres pero un cliente con una mala experiencia lo multiplica por 10, pero como le doy un buen servicio a ese cliente, como hago para rebatir una objeción, realmente todo es técnica, realmente son cosas muy puntuales justo con un amigo estamos viendo temas de hacer cursos de capacitación, mi amigo se fue hablar a la ESPE para ver si se pueden dar talleres, los dos somos vendedores de calle entonces sabemos que estamos hablando y realmente digo que ese es un déficit que hubo en mi carrera, en mi universidad y conversando con otros amigos, es verdad nadie te enseña a vender, nadie te enseña realmente a manejar a tu cliente, la empresa te pone frente a un cliente a que le vendas y a que le des una buena atención, asumes que darle una buena atención al cliente es, hablarle saludale bonito que no se que mas, bien educadito, bien formadito, bien planchado como suelo decir yo, pero a veces bien planchado suele resultar un poco perjudicial, entonces es hora de empezar a modificar un poco las cosas ya no le tratas tan planchado, más bien un poco familiar, acá vienen militares, policías, y dicen veci como le va, que dice vecinazo, entonces el buenas tardes ya se acabo, mejor que dice vecinazo, entonces ara todas esas cosas si se necesita formación y el desarrollo de la parte comercial y un enfoque comercial en todas las áreas en las que uno se está formando . | Aumentar las capacitaciones. Arreglar las vías rurales al nivel de las vías urbanas. Crear más establecimientos de entretenimiento y recreación. Más apoyo a las empresas. Colocar señalización en vías de acceso turístico. |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.40.

Codificación abierta o en primer plano RECO-E

| | |
|--|-----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Operadores de turismo. | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | |
| Unidad de análisis: Recomendaciones para impulsar el turismo. | Código: RECO-E |

| Segmentos | Categorías |
|--|------------|
| <p>Yo en especial había comentado con el director de Turismo que aquí falta lo que es la extinción, porque muchas veces los que están en el Triangulo no conocen sino que por las mismas bocas de los clientes, los clientes son nuestra mejor presentación por que si usted llega al Triangulo ahí debería demostrarse que por aquí hay comida típica y no solo eso sino de los sitios turísticos que hay en el cantón, los ríos, las cascadas y todo eso, entonces la implementación de una zona turística aquí, no exactamente en este local sino en el barrio porque la gente viene come y después ya no hay nada más que hacer pero si hace falta crear algo que sea un complemento aquí en los alrededores del cantón.</p> <p>Que le podre decir, no sé.</p> <p>Yo creo que en si le falta obras como; las avenidas, las calles, yo que sepa las calles ya tienen más de 30 años, esta calle de aquí de la Juan de Salinas no le han arreglado para nada, pero la calle que va al San Luis en el año ya le han arreglado como cuatro veces.</p> <p>Que den más prioridad al turismo pero al cantón Rumiñahui en definitiva, en definitiva al cantón Rumiñahui por que como le digo este tipo de negocios no se abre todo el tiempo y es una sola vez y esto sigue, como nosotros arrancamos ósea a consecuencia de todas las adversidades que a existido pero se logro abrir, no arrancamos el 14 de febrero que fue día del amor pero arrancamos el 15 de febrero ahí arrancamos.</p> <p>Yo diría que más publicidad y más atención a lo que son micro empresas por que a la gente le gusta bastante lo que es la comida costeña y si un poquito más que nos reconozcan un poquito más de publicidad podría ser.</p> <p>Un poco más de señalización, se debería ampliar lo que es vías de turismo, locales en donde se haga un tipo de city tour.</p> | |

Ejemplos:

- En la universidad nos enseñan muy bonito, vamos hacer gerentes guao gerentazos y nosotros cuando, nosotros no vamos a ser cajeros nunca, directores de alguna multinacional no es cierto y como el papel aguanta todo, en el papel te inventas que vendes miles de dólares al mes, gastas cientos y tienes utilidades de millones realmente es muy fácil gastar, es muy fácil hacer presupuestos el rato que te pones un negocio es muy fácil empezar a hacer salir el dinero para tus compras, sabes cuál es la deficiencia de todas las universidades y de todas las carreras, porque no solamente las administrativas , no te

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.40.

Codificación abierta o en primer plano RECO-E

| | | |
|--|------------------|-----------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Operadores de turismo. | | |
| Método de recolección de datos: Biografías a propietarios de restaurantes, centros de entretenimiento y centros de alojamiento. | | |
| Unidad de análisis: Recomendaciones para impulsar el turismo. | | Código: RECO-E |
| | Segmentos | Categorías |
| Ejemplos: | | |
| <p>enseñan a vender, sin ventas no tienes la sangre que haga funcionar a tu negocio, necesitas un buen equipo de ventas, necesitas tu aprender a vender lo que estás haciendo te digo yo era de los que pensaba, y un compañero me dijo por qué no te dedicas a vender tarjetas con migo y yo le digo tu estas mamado perdón, literalmente le dije eso, estas mal aquí estamos estudiando para gerentes y yo vendedor de tarjetas de crédito. Salí de la universidad al año siguiente y me toco comerme y tragarme mis palabras y aplicabas a todos los trabajos de jefe para arriba no y no te sale nada y lo primerito que salió por ahí es un trabajo en ventas dije huy vendedor igual a estafador, dije ya pues terapia ocupacional me quede tres años en esa empresa, aprendí a vender por que realmente tienes que desarrollar esas habilidades de negociación, de ventas por que nunca sabes cuando las vas a necesitar y en cualquier circunstancia y eso te da solo el área comercial, si te pones una empresa de contabilidad tienes que vender, si eres medico tienes que vender tus servicios, si eres astronauta tienes que venderte como el mejor astronauta que los otros astronautas y a ti te manden en la misión especial para conquistar la superficie del sol, muchas veces presupuestamos bonito pero la gestión de ventas es lo más duro porque es incomodo salir a la calle tocar puertas, te desanima la gente cuando te dice no, no me interesa y tienes que ser maduro para saber que no te están rechazando a ti como persona y el no que te están diciendo transformarlo en un on darle la vuelta a ese no para transformarlo en on y ponerte más las pilas de cada diez clientes que necesites uno te va a decir que si le interesa tu producto, entonces si visitas 100 en un día 10 te van decir que si, quizás con esos 10 ya tienes cubierto tu cuota tu presupuesto para lograr tus puntos de equilibrio, te hablo como financiero que si soy, pero soy un financiero que aprendió a ser un comercial también y eso se aprende también no hay nada imposible.</p> | | |
| Saturado: Si. | | |
| Formato: Sampieri, (2006). | | |
| Adaptado por el autor. | | |

Cuadro 3. 41.

Memo analítico de reglas de codificación moradores y turistas.

Memo analítico de reglas de codificación

Fecha de anotación: 10 Abril del 2015

Referencia: Personal

Comentario sin restricciones de contenido:

- A continuación los códigos tomaran otra estructura en comparación de los anteriores, por la abundante cantidad de información obtenida en las entrevistas se utilizara categorías fragmentadas para analizar la información como un todo.
- En este caso las unidades de análisis serán las preguntas, en la que cada segmento tendrá la sumatoria de respuestas de todas las entrevistas de acuerdo al número de personas a las que se le formuló la pregunta.
- Cada categoría tendrá su respectivo código.

Categoría: Reglas de codificación.

Código: 

Síntesis analítica(diagramas, esquemas, matrices para explicar ideas ,hipótesis y conceptos):

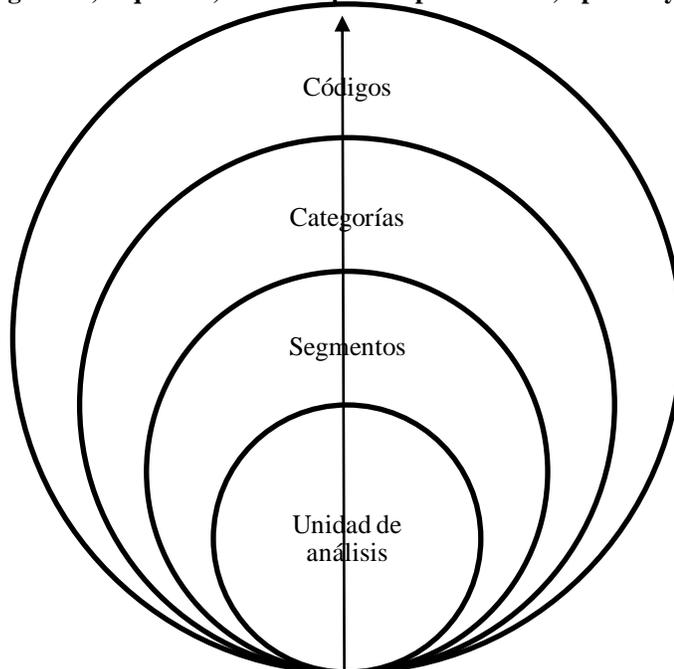


Figura 3. 3.Codificación abierta.

Fuente: Sampieri, (2006).

Saturación: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 42.

Codificación abierta o en primer plano 

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Considera que el cantón Rumiñahui tiene potencial turístico para ser promovido por sus moradores y autoridades? | |
| | Código:  |
| Segmentos | Categorías |
| Si tiene potencial turístico. | La mayor cantidad de entrevistados concuerdan que el cantón Rumiñahui tiene potencial turístico para ser promovido, pero es necesario empezar a promocionarlo más, porque existen moradores que no conocen con exactitud sus lugares y por lo tanto les resultara difícil dar una referencia o recomendación de potenciales lugares turísticos a visitantes. |
| Las personas que viven aquí no conocen mucho los lugares turísticos que hay. | |
| Si es bastante turístico Sangolquí. | |
| Si yo pienso que sí, pero en realidad falta promoverlo y mucho. | |
| Yo creo que sí, hay muchos sitios importantes donde el turista internacional y nacional puede apreciar algunos sitios. | |
| De tener tienen, solo que no le saben sacar provecho, de ahí tienen paisajes, tiene cascadas tiene todo, solo que no tiene como sacarle provecho solo que no tiene gente que sepa aprovechar. | |
| El cantón se merece más obras para que atraiga a la gente, al turista extranjero y nacional. | |
| Si tiene potencial por las cascadas y eso. | |
| Claro que sí, porque tiene cascadas como que va a Pintag, en Rumipamba que tienen criaderos de cuyes y gallinas, abejas también tienen. | |
| Yo creo que sí, porque si hay muchos espacios donde se puede hacer turismo dentro de la ciudad. | |
| Ejemplos: No. | |
| Saturado: Si. | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 43.

Codificación abierta o en primer plano Lugares 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Qué lugares turísticos recomendaría visitar?

Código: Lugares 

| Segmentos | Categorías |
|--|---|
| El Antisana. | Los lugares turísticos que están posesionados en la mente del consumidor son; El Antisana. |
| Las cascadas del Cóndor Machai, son muy bonitas, es hermosa. | Las cascadas del Cóndor Machai |
| El Molinuco. | El Molinuco “Hacienda Patichubamba”. |
| Hacienda la Merced. | La reserva del Pasochoa. |
| Hacienda Patichubamba. | Hacienda Chillo Jijón |
| Restaurante Mi Vaca Manuelita. | Hacienda de Curipungo. |
| La reserva del Pasochoa, es muy bonita. | Hacienda Rancho Viejo. |
| Hacienda Chillo Jijón, que queda acá en Fajardo. | Hacienda la Merced. |
| El rio Pita. | Exposiciones de pintura Villa del Carmen. |
| El rio San Pedro. | El rio Pita. |
| El rio Santa Clara. | El rio San Pedro. |
| Restaurante El Café de la Vaca, ese es muy bonito. | El rio Santa Clara. |
| | Restaurante Mi Vaca Manuelita. |
| | Restaurante El Café de la Vaca. |
| | Restaurante Campo Viejo. |
| | Restaurante hornados Dieguito. |
| | El castillo de Amaguaña. |
| | El parque de la Moya. |
| | El parque Metropolitano. |
| | Entre los cuales se encuentran lugares turísticos de Quito, Pintag, Conocoto, La Merced y Amaguaña. |

Fuente: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.43.

Codificación abierta o en primer plano Lugares 

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué lugares turísticos recomendaría visitar? | Código: Lugares  |
| Segmentos | Categorías |
| Recomendaría restaurantes de aquí del centro comercial no mas, de afuera no, lo que si de cafés sí, lo que es Campo Viejo los que venden café, empanadas eso sí. | |
| Restaurante hornados Dieguito, que son también muy visitados. | |
| Pasochoa, eso he visitado. | |
| Cascadas no conozco, en haciendas no conozco. | |
| Bueno hay algunos, por Sangolquí más arriba hay algunos barrios que se llama Rumipamba, entonces por ahí, hay algunos sectores importantes para el turismo, hablemos un poco más, en Pintag un poco más arriba, hay Pimantura hay una reserva ecológica donde hay; venados, cóndores, algunas cosas algunos animales que ya se están rescatando de lo que más antes se mataba, se robaban, pero ahora ya se está recatando. | |
| Haciendas ya no hay mucho, pero yo conozco una hacienda como se llamaba ya no me recuerdo, parece que era Rancho Viejo, si Hacienda Rancho Viejo, eso claro que hay algunitas haciendas pero no recuerdo el nombre y bosques de Sangolquí más arriba, el Pasochoa, tiene bastante bosque amplio, tiene el Pasochoa, también Jatumpungo de Sangolquí más arriba hay bastantes árboles naturales como frutales y cascadas del Rio Pita. | |
| El parque de la Moya. | |
| El bosque del parque Metropolitano, cascadas el rio Pita, o la cascada de Pintag. | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

(Continúa)



Cuadro 3.43.

Codificación abierta o en primer plano Lugares 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Qué lugares turísticos recomendaría visitar?

Código: Lugares 

Segmentos

Categorías

Aquí en Loreto hay muchos complejos y lugares donde se puede hacer turismo.

Hosterías si no he escuchado.

Villa del Carmen, exposiciones de pintura.

Hay que dar a conocer los lugares, en fin aquí la comida siempre se la promociona, todos conocemos los platos típicos de aquí que es el cuy y es el hornado, pero no se conoce o son poco promocionados los lugares.
Buenas hosterías no he escuchado.

El castillo de Amaguaña, es un buen lugar turístico para ir a visitar.

Si hay cascadas, pero no recuerdo muy bien cuáles.

El Molinuco como lo había dicho, el Molinuco.

La hostería del Carmen, es una buena hostería, puedo decir hostales son.

Hacienda de Curipungo.

Ejemplos:

- Aquí siempre nos dicen conoces el Molinuco y dicen donde es eso, como es eso, no saben ni como llegar, no saben ni de que se trata ni que es, entonces deberíamos empezar a promocionar los lugares y especialmente los lugares naturales que nos rodeamos de lugares hermosos.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 44.

Codificación abierta o en primer plano Fiestas y platillos 

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|---|--|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué fiestas y platillos del cantón Rumiñahui recomendaría? | |
| Segmentos | Código: Fiestas y platillos  Categorías |
| Fiestas del Maíz y del Turismo. | Entre las fiestas populares del cantón Rumiñahui brotaron; Fiestas del Maíz y del Turismo de agosto a septiembre. Toros populares en septiembre. Fiestas de cantonización, 31 de mayo. Semana Santa. Carnaval. Fiestas barriales religiosas. |
| Fiestas de cantonización. | |
| Los toros, los originales que hacen siempre en septiembre, los toros que hacen cada año. | |
| Los desfiles por el 31 de mayo. | |
| Hay unas fiestas de Amaguaña, el carnaval creo, si. | |
| Los desfiles del choclo o la música otavaleña así. | |
| La fiesta del maíz es un buen atractivo como para los nacionales como para el extranjero. | |
| Fiestas del carnaval. | |
| Los toros de Sangolquí en septiembre, o en cada barrio hay las fiestas por los santos, las vírgenes, las del señor del gran poder, la virgen del rosario, en cada barrio hay devotos para cada santo. | |
| Las fiestas del maíz y turismo en septiembre. | |
| Las del 8 de septiembre o ahora que estamos en Semana Santa. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.44.

Codificación abierta o en primer plano Fiestas y platillos 

| | |
|--|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué fiestas y platillos del cantón Rumiñahui recomendaría? | |
| Segmentos | Código: Fiestas y platillos  |
| Categorías | |
| El hornado. | Entre los platillos tradicionales del cantón Rumiñahui brotaron; |
| Me gusta la comida tradicional. | El hornado. |
| El cuy con papas. | El cuy. |
| La fritada. | |
| Los choclos y las papas con queso. | |
| Aquí el platillo más preferible es los hornados, no hay más. | |
| Bueno restaurantes, restaurantes no, pero huecas como los cuyes asados, o los honados del Tingo, eso. | |
| Aquí hay los Restaurantes, el Hueco, picantería Sandrita, con el hornado y el cuy. | |
| La verdad, la verdad es la primera vez que vengo a este sector yo creo que acá la mayoría de gente viene por el famoso hornado es una, es conocido por eso, es una parte productiva que tiene el cantón. | |
| Ejemplos: No. | |
| Saturado: Si. | |
| Formato: Sampieri, (2006). | |
| Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 45.

Codificación abierta o en primer plano Actividades 

| | |
|--|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué tipo de actividades turísticas se podrían ofrecer más en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código: Actividades  |
| Eso que es en el agua, eso no hay. | Las actividades que emergieron de las experiencias de turistas fueron; |
| Tubing. | Canopy. |
| Kayak. | Tubing. |
| Pesca deportiva. | Kayak. |
| Fútbol, básquet, piscina. | Pesca deportiva. |
| Con la riqueza que tienen aquí territorialmente ablando, también podrían impulsar algo como motores, de autos, de motos, ver algún campo abierto para motocrós, para autos, eso es algo muy importante porque hay espacio, entonces también podrían explotar esa parte que a la gente le gusta, hay mucha gente que le gusta jugar eso de la adrenalina que les encanta. | Motocrós. |
| Algo así como el tubing, es así como en llantas alrededor, por ejemplo canopy que veo que hay pero tal vez un poco más, por ejemplo un poco mas de miradores cosas así y más guías. | Miradores. |
| Algo en la naturaleza no más. | Natación. |
| | Básquet. |
| | Fútbol. |
| | Entre ellas se distingue la acción y adrenalina que generan para las personas que gustan practicarlas. |
| Ejemplos: No. | |
| Saturado: Si. | |
| Formato: Sampieri, (2006). | |
| Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 46.

Codificación abierta o en primer plano Tipo 

Cuadro 11. Codificación abierta o en primer plano

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Qué tipo de turismo podría explotarse en el cantón Rumiñahui?

Código: Tipo 

Categorías

| Segmentos | |
|--|---|
| El cultural porque es la cuna del maíz. | Los tipos de turismo fueron clasificados en seis categorías; turismo cultural, turismo de aventura, el agroturismo, el ecoturismo, el turismo comunitario y el turismo de negocios. |
| Turismo del deporte. | |
| El turismo cultural porque hay las comparsas. | |
| El agroturismo sería el recomendable. | |
| El turismo de aventura, ya está habiendo, porque antes no había, por ahora se escucha bastante sobre eso. | |
| El ecoturismo me parece que sí, el turismo de aventura eso sí, el turismo comunitario no lo conozco, el de las haciendas por qué no se escucha, tienen que aportar un poco. | |
| Pienso que hay trabajos agrícolas, creo que cuando uno se hace el turismo comunitario, se puede invitar a la cosecha del maíz o a la siembra o al ordeño de vacas, para darle al turista leche con tostado vacío o también para hacer algunas caminatas, hay muchas cosas para el turista internacional o nacional en el asunto agrícola, yo creo que en Sangolquí todavía hay muchos espacios de tierra no, entonces sería un comunitario agrícola o cultural porque hay todavía cultura, bailes como se dice hay los chagras, entonces me parece importante esas cosas que yo le digo. | |
| Todos los turismos que tú me dijiste esta todo chévere, pero lo bueno sería que sepan aprovechar, todo los que tu dijiste son los adecuados para que saquen adelante el valle pero el ecoturismo, porque tenemos un poco de partes que no entra lo que es la maquinaria y eso para que empiece haber más poblaciones y casas tenemos lugares donde podemos caminar, respirar aire puro bueno eso digo yo porque comparando para Quito para otro lado eso esta tenas tenemos todavía lugares donde podemos respirar tranquilos. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.46.

Codificación abierta o en primer plano Tipo 

| | |
|--|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué tipo de turismo podría explotarse en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código: Tipo  Categorías |
| <p>Los baños que se bañan ahí atrás, esos que se bañan, los baños de cajón o las caminatas al Quinche inclusive hay gente en Sangolquí que te enseña el turismo.</p> <p>El ecoturismo, va a ser el más prudente aquí en la ciudad porque es lo que más existe y se puede practicar todas esas situaciones donde se puede practicar; la caminata, los senderos, esto es más familiar , se acopla más a las familias para que puedan convivir.</p> <p>Todo lo que es deporte, la pesca es un deporte la incursión es un deporte, entonces cosas así se pueden explotar mas.</p> <p>Hay que entender que cada persona es diferente, algunas van a disfrutar de cosechar y otra de algo como aventura, no se canopy y esas cosas más extremas, entonces me parece que es muy importante realizar todo eso pero como reiteraría lo que dije, me parece que todo eso es un tema de información, ahora tenemos la web y todo ese tipo de cosas y es impresionante que nosotros ponemos una cosa aquí en nuestro país y no tenemos una amplitud con todo ese tipo de actividades, si uno pone el cantón Rumiñahui va a salir cuando se fundó quizás la fecha, pero nada más, entonces deberíamos aprovechar esas páginas para que la gente sepa que hacer aquí, que podemos hacer aquí, generalmente las cosas que yo he venido hacer acá son gracias a las experiencias de otras personas, que me han conversado lo de los carros esos carros pequeñitos, que las hamburguesas de avestruz y cosas así que cada uno ha tenido una experiencia y hemos podido vivirla acá, creo que se pueden hacer tantas cosas pero creo que lo importantes es que la gente conozca, pueden hacer esto de la cosecha pero si la gente no sabe, que se yo pueden hacer un documental como la gente se divierte y que se entere, entonces la gente va a ir.</p> <p>Lo de las fincas, para ir a ver a los animales, pero ya no hay haciendas, pero tal vez la hacienda de Patichubamba de arriba, claro que también hay otras actividades como el deporte.</p> <p>Yo creo que el deporte nada de trago y nada de novenas, yo creo que sería el deporte, algo muy unido de competencia, que compiten pero en carreras de tercera edad, de niños, yo creo que podría ser Rumiñahui versus Baños, yo creo que la competencia y la comida que podrían compararse la sazón de allá, también eso de reinado, eventos, conferencias, ferias de lo que tiene esa provincia y Rumiñahui.</p> | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.46.

Codificación abierta o en primer plano Tipo 

| | |
|--|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué tipo de turismo podría explotarse en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código: Tipo  |
| Categorías | |
| <p>Todo lo que es patrimonio cultural, lo colonial.</p> <p>Hacer un conjunto de actividades tradicionales, de conocer, de vivir nuestras raíces , de vivir algo así, por ejemplo algo lindo como en Otavalo; ir y ver como hacen el pan en los hornos de leña, sin latas, sin grasa, le limpian el horno, lo no toxico, lo limpio, algo comible ahora estos panes usted le coge así y es como espuma, bueno no sé, ahora un documental de esos sería tan bonito ver, que un documental de esos de las serpientes que bueno también son algo educativo, vea de como tejen los alpargates, como cosen las fajas, esos documentales, incluso ahora estuve viendo de esos reportajes que están enseñando hacer manualidades.</p> <p>A mí me gustaría muchos conversatorios yo no sé porque se hacen en la casa de la cultura.</p> <p>Yo creo que mas las visitas a las cascadas, a las exposiciones, las ferias, las pinturas, la gastronomía, las tradiciones últimamente los domingos en la plaza de Sangolquí se está llevando todo lo que es acabo el conocer lo que es nuestra cultura lo que somos Rumiñahui con; danzas, música y todo eso que incentiva que por lo menos tengamos un poquito de curiosidad y decir de donde pertenece esto y salir a buscarla.</p> <p>La gastronomía, conocer los lugares turísticos, digamos por sectores de gastronomía, de los lugares turísticos, esas cosas así.</p> <p>Todo lo que sea; deporte, pesca, visita a balnearios y yo creo que el turismo del agro porque a mas de cosechar es también de exportar, cosechar un tomate lo que sea pero orgánico.</p> <p>Tienen un valle que es espectacular, entonces aprovechen lo que tienen simplemente que se yo tienen el Pasochoa, tienen destinos que la gente frecuente que tienen que explotar un poquito más.</p> <p>Por ejemplo ir a las cascadas.</p> | |

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.46.

Codificación abierta o en primer plano Tipo 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Qué tipo de turismo podría explotarse en el cantón Rumiñahui?

Código: Tipo 

Segmentos

Categorías

Sería todo por igual porque a unos les gusta una cosa y otros otra cosa, por ejemplo a mi persona a mi me gustaría lo del campo porque yo soy enemiga de la ciudad y a otros les gustaría la ciudad entonces en todo sería igual, por parejo.

Explotar el idioma que teníamos el quechua es lo que éramos.

Podría ser esto de las caminatas a las cascadas o esto de natación ósea podríamos tenerle como un lugar de ejercicios pero me refiero como de explotación, subir al Cotopaxi o irnos a las lagunas que hay por aquí pero la verdad no se los nombres, pero yo también se así medio leve, leve.

Visita a lugares artesanales.

Lo de las haciendas, pero con un medio de transporte para poder llegar allá.

Ejemplos: Si.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 47.

Codificación abierta o en primer plano 

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|--|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Considera que las empresas, autoridades estatales y la sociedad deben respetar los derechos de la naturaleza para un adecuado buen vivir? ¿Cómo contribuiría usted para minimizar problemas relacionados con residuos y contaminación? | |
| Código:  | |
| Segmentos | Categorías |
| Deberían existir multas, para que la gente respete la naturaleza. | Las opiniones sobre el respeto a la naturaleza y reducción de problemas relacionados con residuos y contaminación variaron entre; |
| Ahora talan árboles pero no los vuelven a sembrar. | Existencia de multas para quien atente contra la naturaleza fuente de vida para la humanidad. |
| Que les vamos a dejar a nuestros hijos de herencia solo construcciones y ningún árbol donde ellos puedan respirar. | Crear leyes donde por la tala de un árbol. |
| No hay aéreas verdes. | Controlar las construcciones en lugares productivos. |
| Reciclando. | Aumentar áreas verdes. |
| Las empresas no deberían contaminar, ellas son las principales que deben promover de que no haya contaminación. | Reciclar. |
| Las autoridades deberían acudir a las empresas, mandar oficios con lo que deben contribuir para cuidar el medio ambiente. | Controlar el fiel cumplimiento de servicios ambientales por parte de la empresa privada. |
| Los moradores deberían no ensuciar, poner cada cosa en su lugar. | Ser organizados y no ensuciar. |
| En otras partes han hecho los parques metropolitanos, usando las cosas de las haciendas abandonadas, troncos, lo de la propia naturaleza le forma al parque, para hacer un parque recreativo de niños pero eso he visto en otros lados aquí no he visto. | Crear parques recreativos con material reciclado. |
| | Inspeccionar entre nativos y visitantes los desechos de basura, supervisándonos y apoyándonos a construir una sociedad limpia y sin contaminación. |
| | Utilizar los eco tachos. |
| | Apoyar económicamente. |
| | Reutilizar y crear innovadores y nuevos usos de basura. |
| | Cuidar los pulmones de la tierra. |
| | Promocionar e impulsar el cuidado ambiental. |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.47.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Considera que las empresas, autoridades estatales y la sociedad deben respetar los derechos de la naturaleza para un adecuado buen vivir? ¿Cómo contribuiría usted para minimizar problemas relacionados con residuos y contaminación?

Código:



Categorías

Segmentos

Nosotros que podríamos hacer, no tirar basura ser mas aseados, eso. Los eco tachos si me han servido bastante pero deberían a ver más por que hacen falta muchísimos más, porque a veces se llena y ya se ve eso feo, ya lleno, ya sucio, si deberían a ver más de eso tachos nosotros lo que hacemos es por ejemplo, aplastar bien las funditas para llenar mas basura y que el eco tacho no se llene mucho.

Las empresas deberían promocionar un poco más, de lo que se deba cuidar, bosques eso. Las autoridades no se que deberían hacer, al menos las personas están utilizando los eco tachos, como se dice están culturizándose en la arte de limpieza y de aseo, porque antes votaban la basura y deberían dar esa educación desde los colegios para que vayan aprendiendo los muchachos también y nosotros aprender a respetar a los demás, no votar la basura en las calles que se yo, los turistas también deberían aprender a utilizar los tachos donde se vota la basura, categorizar la basura.

Los turistas no deberían votar la basura, visitar las partes de aquí pero hacer un uso limpio.

Yo creo que deberían sacar las fabricas, porque antes las fabricas estaban fuera de la ciudad, como ha crecido la ciudad ahora las fabricas están dentro de la ciudad y eso nos contamina mucho yo creo que deberían sacarles de aquí y ponerlas por las afueras, mas lejos porque están contaminando mucho.

La empresas podrían apoyarnos tal vez económicamente por que en realidad si uno se quiere proteger o seguir con un proyecto turístico, entonces siempre necesitamos la economía el capital la capacitación, la capacitación en muchas áreas, suponiendo la gastronomía, la salud con yerbas aromáticas, yerbas medicinales, entonces hay muchas cosas que en el campo nosotros mantenemos todavía. Yo creo que las autoridades deben controlar para que no quememos el bosque las yerbas y así cuidar el ambiente, para que no quememos los plásticos, en ese caso reciclar o hacer alguna cosa de esas y nosotros deberíamos hacer una minga que le llamamos nosotros como se puede decir un poco educar a la gente ósea concientizar a la gente que cuidamos nuestro ambiente, razón por la cual nosotros tenemos mucho calor, mucho frio, entonces es por lo que nosotros mismo dañamos.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.47.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Considera que las empresas, autoridades estatales y la sociedad deben respetar los derechos de la naturaleza para un adecuado buen vivir? ¿Cómo contribuiría usted para minimizar problemas relacionados con residuos y contaminación?

Código:



Categorías

Segmentos

Yo creo que es importante eso por lo que si no rescatamos, tenemos que valorar y respetar tenemos que respetar las autoridades o cualquier persona que sea porque o si no, no tenemos nada para el turismo por que no ve que eso es lo nuestro.

Todos tenemos derecho a la vida pero también saberle como utilizar los recursos humanos los recursos de la naturaleza, deberíamos recuperar las cosas de papel cosas de plástico recuperar dar otro uso ya aparte de lo que se hace al contaminar con tanto humo con tanta vaina tal vez, darle nuevos usos también; al cartón, al papel, colaborar recogiendo botellas, cartones digo yo, no ensuciar mucho los parques, no talar mucho los arboles que esos son los pulmones que tenemos, que esos son los principales que respiran por más que digan que no, eso tratar de impedir, porque acabado eso se acaba todo porque se hace teniendo todo de lujo si no se tiene lo mas principal que es los pulmones de la tierra.

Seria de ya no hacer tantas excavaciones para enterrar la basura o los desechos mejor hacer como un reciclaje, es decir separar esta cosa y esta no como en otras ciudades que hacen así el reciclaje y ahí viene las fuentes de trabajo también, todo lo que se junta todo lo que se está juntando, todo le vale a la persona que esta reciclando para vender a las grandes fabricas.

Las empresas por ejemplo en las cascadas no deberían botar desechos tóxicos y nosotros no deberíamos tirar botellas que ensucian el medio ambiente eso o haría proyectos de recolección de basura.

Si creo, en Sangolquí hay los metropolitanos para cuidar la naturaleza y nosotros podrimos ayudar a limpiar los sumideros para que se vaya el agua a los sifones.

Claro obviamente porque si se perdiera la naturaleza no tendríamos un buen vivir para nosotros, contaminados por ejemplo se recicla mas el plástico y el cartón.

Ejemplos: No.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 48.

Codificación abierta o en primer plano 

| | |
|---|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Considera que el cantón Rumiñahui cuenta con vías adecuadas para permitir el acceso a turistas? ¿Qué infraestructura y tecnología en transporte y logística necesita el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código:  Categorías |
| Ahora ya se ha incrementado, antes no había ahora si ya es un poco más asequible, no es que esté en su totalidad pero ahora con el aumento de los automóviles incluso aumenta el trafico y ya no es tan viable el hecho de venir aquí al valle a pasearse, es terrible los fines de semana. | Las opiniones de transporte y logística del cantón variaron entre; |
| Ampliación de carreteras, puentes. | Ampliación de carreteras y puentes, pero en su totalidad. |
| Mejorar el transporte de los buses, porque eso es fatal, eso sí es fatal. | Mejorar la infraestructura de los transportes. |
| Si se podría decir que si hay buenas vías, pero falta, falta que haga algo el alcalde. | Faltan más ciclo vías. |
| Transporte, yo creo que bicicletas como hay en Quito para menos contaminación. | Utilizar el internet para publicar las rutas por compañía de transporte. |
| Si hay buenas vías, pero si deberían componer las que están por componer porque si hay algunas vías que están con un poco de baches, aquí en la avenida General Henríquez, si hay vías pero están de componer. | Crear transporte para turismo. |
| Deberían haber más buses porque cuando uno se quiere ir a Quito hay pocos buses y nuevos porque algunos están bejucos que da miedo ya subirse. | |
| Si paso por aquí y quiero ir algún lugar no sé, no sé a dónde dirigirme, tengo que entrar a internet, cuando quiero salir y cuando viene mi familia tengo que entrar a internet para poder ir algún lugar. | |
| Yo creo que el cantón Rumiñahui si tiene buenas vías, si tiene buenas vías, bastante bueno, igual el transporte, si es bueno el transporte, si tienen buenos autos, buenos servicios. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.48.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Considera que el cantón Rumiñahui cuenta con vías adecuadas para permitir el acceso a turistas? ¿Qué infraestructura y tecnología en transporte y logística necesita el cantón Rumiñahui?

Código: 
Categorías

Segmentos

De Quito acá si hay buenas vías, pero de ahí para allá tienen que restaurar, pues la vía esta mas huecos mas empedrado que mi columna puro hueco, muchos huecos hay, transporte hay lo que no hay es buena vía, de Loreto para allá no hay buena vía, eso tienen que restaurar, me parece que recién está metiendo mano de obra el alcalde me parece, pero de eso está todo bien para lo que es turismo, lo que es vía Amaguaña tenemos para lo que es para el turista por ahí, el turismo puede sacar adelante aquí.

Pienso que si hay buenas vías, lo que pasa que como yo no conozco mucho, pero sí creo.

Si creo, el transporte público si está bien, si creo.

Si, la vía que se va a Santo Domingo, la que se va por la ESPE donde todo se conecta a la Simón Bolívar, la que conecta al aeropuerto también, pero esas buenas vías tendría el alcalde, tendría la obligación que hacer una buena administración y unas buenas obras para que venga el turista, aquí debe haber lo que existe en Quito, buenos troles buenos eco vías, debe haber aparte del transporte público un transporte solo para el turismo, solo para el turismo.

Por ejemplo como en Quito el eco vía sería un buen transporte aquí también.

Curipungo todo eso, baja bonito las calles, como ve aquí, pienso que si hay completo los buses, eso si esta normal.

Obviamente, horita ya hay mas viabilidad dentro de los caminos que se juntan para hacer turismo y todas esas situaciones, yo creo que le falta más transporte público para la viabilidad del turismo porque a veces para ir a los senderos no hay buses y si hay buses hay uno al día para el ingreso.

Ejemplos: No.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 49.

Codificación abierta o en primer plano CMP 

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|--|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Para usted que significa cambiar la matriz productiva? ¿Qué necesito para cambiar? | |
| Código: CMP  | |
| Segmentos | Categorías |
| <p>He escuchado, pero honestamente no sé, pero un cambio es dejar de actuar como estamos actuando actualmente, para mi puede ser un cambio positivo como uno negativo, no sé si tal vez invertir más en otras áreas, no sé si antes invertíamos en el petróleo ahora invertir en otro tipo de actividades que genere más riqueza para nuestro país, bueno no se si se refiere mas a eso, invertir más en turismo o invertir más en la producción, aprovechar lo que tenemos en el país porque somos un país agrícola y a veces no aprovechamos, por ejemplo ahora los restaurantes nos ofrecen jugos sintéticos y esas cosas cuando somos un país agrícola y deberíamos disfrutar de jugos naturales.</p> <p>Cambiar la matriz productiva significa cambiar digamos de donde vienen los ingresos del país que es a través de la producción digamos en este caso es del petróleo, entonces cambiar la matriz productiva significa ya no depender tanto del petróleo sino del turismo, de los productos naturales, de exportar un poco mas y de consumir lo nuestro, entonces ahora si se está haciendo eso, tratando de que se consuma menos lo extranjero y se consuma mas lo propio de esa forma se impulsa a la matriz productiva a que se cambie la matriz productiva, eso.</p> <p>Es cuando haya un asesoramiento técnico, en eso el gobierno debe incentivar, el alcalde debe incentivar para que todo este certificado, pero yo veo que el turismo solo hay por Loreto pero por aquí por el centro no hay nada porque si me voy de turismo aquí a los ríos, ¿Cómo? Si todos los ríos están contaminados, allá en el triangulo están tapando los ríos, ya está todo tapado entonces que turismo va haber.</p> | <p>Los veredictos de moradores y turistas para explicar el significado de la transformación productiva, fueron;</p> <p>Es proporcionar apoyo a la gente que produce para que industrialice y comercialice sus productos.</p> <p>Es dejar actividades rutinarias para mantener un progresivo cambio, el mismo puede ser positivo o negativo pero todo depende de la decisión que una empresa, sociedad o gobierno tomen para invertir y agregar valor en sectores tradicionales como el petrolero o en nuevos sectores como el sector turístico, agrónomo, metal mecánico, hidroeléctrico, etc.</p> <p>Es cambiar la fuente de ingreso del país, por ejemplo es ya no depender del petróleo, es consumir productos ecuatorianos pero con adelantos, mejoras y avances tecnológicos que impidan estancar una industria.</p> <p>Es dar asesoramiento técnico e incentivos para que todas las empresas certifiquen sus productos, en el caso del turismo se debería dar un adecuado tratamiento para descontaminar los ríos y aprovecharlos como turismo lacustre.</p> <p>Es valorizar las costumbres y tradiciones de los ancestros, es recuperar y tener identidad.</p> <p>Es mejorar en la atención al cliente.</p> <p>Es auto cambiar, mejorar, capacitarse, culturizarse y trabajar todo el millón de ecuatorianos.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.49.

Codificación abierta o en primer plano CMP 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Para usted que significa cambiar la matriz productiva? ¿Qué necesito para cambiar?

Código: CMP 

| Segmentos | Categorías |
|--|------------|
| Si he oído algo, pero no sé exactamente que es, pero yo supongo que tiene que ver con la raíz productiva, pero no, no sé. | |
| No sé. | |
| Escuchado poco, pero sería bueno cambiar, no seguir la misma rutina sino cambiar. | |
| No casi no del cambio, pero es algo natural del sector eso es la matriz. | |
| No he escuchado. | |
| No, no, no, que es eso. Pero no hay otra palabra más conocida, mas entendible porque yo siempre digo, yo soy de esas personas de lo que está arriba me gusta hablar más entendible, mas practico, debería ser otro termino por que cuando oí no le entendí, entonces decir que nosotros mismo derivemos el petróleo por ejemplo, entonces ahí yo ya le entiendo, para no llevar a otro país a que nos den derivando y luego trayendo, no se sería para entender más claro que nosotros hagamos una refinería para nosotros derivar el petróleo, entonces no se si yo estoy mal o usted está mal porque a mí me gusta entendible, las palabras deben ser entendibles. | |
| Ya, lo que yo entiendo por matriz productiva, es que nosotros vamos a apreciar mas lo de nosotros, lo que nosotros producimos en vez de traer productos del exterior realizarlos nosotros mismos y fomentar el consumo del Ecuador y ofrecer lo nuestro. | |
| No sé. | |
| No he escuchado. | |
| Sí, pero no le entiendo muy bien. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.49.

Codificación abierta o en primer plano CMP 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Para usted que significa cambiar la matriz productiva? ¿Qué necesito para cambiar?

Código: CMP 

| Segmentos | Categorías |
|---|------------|
| Para mí, quiere decir que debemos emplear dentro de nuestro cantón fábricas, para nosotros mismo producir y nosotros mismo venderlos y obtener las ganancias que nosotros mismo producimos y no traer de otras partes lo que nosotros mismos estamos produciendo aquí. | |
| Para mí significa dar un poco mas de apoyo a la gente que produce en su sector, es decir para que puedan producir y vender su producción. | |
| No sé, todo sigue lo mismo, no cambian en nada. | |
| No he escuchado. | |
| Si he escuchado, yo creo que es mucho mejor porque en realidad vienen trayendo las cosas de afuera para vender acá y sería mejor las cosas de aquí, hechas en nuestro Ecuador, por ejemplo yo soy costurera y yo puedo hacer una blusa, una falda, yo puedo hacer muchas cosas que nosotros mismo podemos venderlo aquí y no traerlo de afuera acá. | |
| No he escuchado. | |
| No, no entiendo qué es eso. | |
| Creo yo, que se trata de producir aquí todas las cosas que consumimos o algo al menos. | |
| No escuchado, pero es hacer nuevos cambios, nuevas técnicas, usar otros métodos y otras alternativas. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.



Cuadro 3.49.

Codificación abierta o en primer plano CMP 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Para usted que significa cambiar la matriz productiva? ¿Qué necesito para cambiar?

Código: CMP 

Segmentos

Categorías

Ejemplos:

- Cambiar lo que estamos hoy y buscar un adelanto, buscar una mejoría, por ejemplo si yo tengo mi vehículo y lo cambio es porque estoy adelantándome y mejorándole el modelo para dar un mejor servicio, no le parece.
- Matriz productiva, anterior mente nos enfocábamos mucho en lo que es el petróleo y el Ecuador dependía mucho de eso pero si cambiamos la matriz productiva tenemos algunas cosas que no hemos explotado como son de pronto la energía eléctrica o el turismo.
- Por ejemplo el cacao y después vamos y compramos el chocolate, pudiendo elaborar aquí mismo nosotros y sacarle mayor producción, en cuanto al turismo y si nosotros seríamos más cultos y sacaríamos porque hay bellezas aquí y con seguridad también podríamos sacar mayor provecho al turismo en sí pero todo depende del millón de ecuatorianos que vivimos aquí.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 50.

Codificación abierta o en primer plano Sectores CMP 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.
Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.
Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.
Unidad de análisis: ¿Sabe que sectores productivos se piensa impulsar en la nueva matriz productiva?

| Segmentos | Código: Sectores CMP  Categorías |
|--|--|
| He escuchado algo, pero no le he puesto mucho énfasis en el tema, entonces no sé cuáles son esos sectores, no sé que no más está involucrado en lo que piensan hacer. | Los sectores productivos que el público reconoce con mayor claridad, fueron; El sector turístico. |
| Creo que es el turismo, no, no sé, pero creo que es el turismo por la campaña de All You Need is Ecuador, parece que es eso pero no estoy tan segura. | El sector agrícola. El sector metal mecánica. El sector textil. |
| No he escuchado. | El sector energético. El sector farmacéutico. |
| Me parece que están impulsando todo lo que es agricultura y el turismo pero muy poco. | |
| No he escuchado. | |
| He escuchado más lo que son las cocinas de inducción que se están desarrollando en Loja y lo que es en la provincia de Imbabura lo que es textil y de turismo eso no he escuchado. | |
| Bueno en la televisión se ve que hacen mucha propaganda de los lugares turísticos del Ecuador. | |
| No estoy bien al tanto de eso. | |
| Lo que oigo es en salud y producción para que la gente de aquí siempre y todo orgánico. | |

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.50.

Codificación abierta o en primer plano Sectores CMP 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Sabe que sectores productivos se piensa impulsar en la nueva matriz productiva?

Código: Sectores CMP 

| Segmentos | Categorías |
|--|------------|
| Ejemplos: | |
| <ul style="list-style-type: none"> El sector energético, ahora se está construyendo centrales hidroeléctricas, son 8 centrales hidroeléctricas que se está construyendo de los cuales yo soy participe estoy trabajando en eso y se está impulsando lo que son la cocinas de inducción esto es tanto para poder depender menos de los países que están alrededor nuestro, que cuando hay apagones nos mandan energía ahora va hacer al revés, nosotros vamos a tener más energía de la que necesitamos entonces a través de matriz energética, producción energética vamos a lograr que todo el país se beneficie y en la parte turística van a contar con mayor electricidad para todo, nosotros estamos calculando ahorita una población de quince millones de habitantes pero esta población va aumentando año, a año, a año así mismo tienen que aumentar la producción energética para que estas nuevas generaciones se beneficien de esto y a la vez el turismo también va creciendo, entonces qué bonito sería llegar a un sitio donde todo está iluminado, todo está más seguro entonces usted ve la diferencia de llegar a un sitio oscuro y a un sitio iluminado, un sitio que tenga energía para todo. | |

Saturado: Si.
 Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 51.

Codificación abierta o en primer plano Establecimientos

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|--|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los centros turísticos como los centros de comida, centros de alojamiento y centros de entretenimiento, agencias de transporte turístico para promocionar servicios turísticos de calidad? | Código: Establecimientos |
| Segmentos | Categorías |
| <p>Para promocionar servicios de calidad, la palabra lo dice dar un poco mas de calidad y cuidado en las cosas que ofrezcan, hasta en cuestión de precios para que la gente pueda acceder a eso, es un aspecto muy importante para promoverlo a través de nuestros medios, usted sabe que la competencia hasta en nivel turístico es grande, entonces si uno mejora la calidad del servicio que es lo importante, entonces va haber mucha más afluencia de turistas tanto nacional como del extranjero.</p> <p>Primero tratar de meterse un poco más de lo que es la publicidad, un poco tratar de ver lo que es atención al cliente por que muchas veces se falla mucho en eso, puede ser que el sitio sea grande y todo pero a la gente no se le trata con el debido respeto con la debida atención que se merece entonces uno viaja por que quiere conocer y también quiere que le traten bien, mejorar la atención muchas veces no hay eso y muchas veces no hay señalización hacia el lugar a donde, por ejemplo para llegar acá nos demoramos tres horas cuando tranquilamente en 1 hora tranquilamente podríamos haber llegado, pero nos demoramos tres horas por que justamente no sabíamos por dónde ir.</p> <p>Más atención al cliente, no más.</p> <p>El cliente va donde esta rico y donde está feo ya no regresa.</p> <p>Deberían dar buen trato y la limpieza y promociones como; un dos por uno y algo así.</p> | <p>Las categorías para saber que deben hacer los establecimientos para ofrecer servicios y productos turísticos de calidad, fueron;</p> <p>Innovar servicios turísticos.</p> <p>Proporcionar precios asequibles.</p> <p>Promocionar el turismo a gran escala.</p> <p>Realizar convenios entre centros de comida, centros de alojamiento, centros de entretenimiento, agencias de transporte turístico, etc. para crear paquetes turísticos.</p> <p>Proporcionar centros de información.</p> <p>Buscar alternativas para minimizar el tiempo de llegada del turista con señalizaciones hacia el lugar de origen turístico.</p> <p>Atender con más amabilidad.</p> <p>Proporcionar personal capacitado para guiar al turista en sus recorridos.</p> <p>Garantizar el bienestar y seguridad del turista tanto de amenazas circunstanciales como humanas.</p> <p>Proporcionar una adecuada infraestructura para asegurar la comodidad del visitante, las instalaciones deben estar bien diseñadas internamente y externamente.</p> <p>Valorar costumbres y culturas propias.</p> <p>Ofrecer espacios limpios y sin contaminación.</p> <p>Realizar estudios sobre necesidades o expectativas del turista.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.51.

Codificación abierta o en primer plano Establecimientos

| | |
|---|-------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los centros turísticos como los centros de comida, centros de alojamiento y centros de entretenimiento, agencias de transporte turístico para promocionar servicios turísticos de calidad? | Código: |
| | Establecimientos |
| Segmentos | Categorías |
| <p>Deberían realizar una asociación con el municipio en este caso el de Rumiñahui y ver cuántos turistas llegan, ver que necesidades o expectativas tienen sobre la visita a estos lugares y en base a eso tener una relación en la que diga, haber nosotros los del municipio sabemos que tales turistas vienen y necesitan esto y las empresas que trabajan conjuntamente con ellos tengan alguna campaña en la que digan que van a ser mejor atendidos siempre y cuando el municipio de las diferentes pautas para que entienda lo que es el turismo y sepan llegar a los lugares.</p> <p>Publicidad.</p> <p>Debería haber una guía por donde uno puede ir, sabe que decirle aquí hay sitios malos no le parece, no dejarle que se desvíe por otro lado, sabe que darle protección por que no ve hay muchos casos en el que les mataron, entonces que queda el país mal, entonces las agencias deben decirle al turista.</p> <p>Mas publicidad, mejorar la atención al cliente.</p> <p>Hablándote por ejemplo en el área de mi trabajo, yo trabajo para hoteles De camero, entonces nosotros lo que hacemos es un poquito, como te explico, para mejorar el servicio me dices, la calidad por lo general se contrata gente de otros países por que el trato es completamente diferente, la costumbre de nosotros los ecuatorianos es que somos muy quemimportistas al tratar con otras personas entonces digamos las personas de Colombia, de Chile son más atentos, entonces no recomendaría eso, mejor mejorar lo que nosotros no podemos hacer.</p> <p>Que haya una buena atención.</p> | |
| <p>Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor.</p> | |

(Continúa)



Cuadro 3.51.

Codificación abierta o en primer plano Establecimientos

| | |
|---|-------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los centros turísticos como los centros de comida, centros de alojamiento y centros de entretenimiento, agencias de transporte turístico para promocionar servicios turísticos de calidad? | Código: |
| | Establecimientos |
| | Categorías |
| Segmentos | |
| Tienen que buscar la forma de ver como limpiar y mantenerse limpios. | |
| Lo que deberían emplear, hoteles y todo lo que se refiere el turismo, deberían impulsar todo lo que es lo nuestro lo propio lo que es comida que nuestros platos típicos no se pierdan porque son sabrosísimos nuestro país tiene la bendición que produce todo, tanto de lo que es vegetales, hortalizas, todo, todo, entonces valorar eso y poner prioridad a nuestros productos. | |
| Deberían haber más propaganda, no se mas comunicación. | |
| Ofrecer seguridad. | |
| Ofrecen bien, su comida pero no son tan amables. | |
| Deberían poner un centro de información, en donde hay lugares turísticos, yo no he visto ningún centro de información, si habrá o no habrá, ni folletos, no hay nada que visitar sinceramente. Deberían crear un tour con los mejores lugares turísticos que hay aquí, pero no se que habrá por paquetes. | |
| Informarse más del turismo que tenemos aquí. | |
| Mayor publicidad, por ejemplo aquí en el valle hay agencias del turismo de los cuales yo he visto pero falta más publicidad y también sería bueno no se usar el comercio que usan en el valle y también ver si hay la oportunidad de publicar en Quito, por ejemplo vía al valle si hay algo pero no mucha publicidad esa comunicación. | |
| Infraestructura creo primeramente, que tengan más variedad de lo que ofrecen. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa) →

Cuadro 3. 51

Codificación abierta o en primer plano Establecimientos

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los centros turísticos como los centros de comida, centros de alojamiento y centros de entretenimiento, agencias de transporte turístico para promocionar servicios turísticos de calidad? **Código:** Establecimientos

Ejemplos:

- Por ejemplo los hoteles y en todo ese tipo de cosas, al unirse y trabajar todos en conjunto es mucho más fácil porque pueden tener publicidad en los diferentes entes, por ejemplo si va a un hotel usted se hospeda le dan información de aquí tenemos este tipo de cosas, entonces tener toda la información de cuánto cuesta, de cuanto tiempo, mapas y todo eso hace que la gente se vea llamada a llegar a esos lugares, entonces creo que al unirse y tener convenios hace que la gente quiera conocer, igual en los restaurantes pueden tener información disponible y pienso yo que hay algo importante y es que respetemos al turista, es decir que no tratemos de aprovecharnos del turista porque muchas veces por ejemplo al llegar acá la gente nos dice, nosotros le vendemos el ticket en promoción y no es vender, creo que es vender el ticket por venderlo y creo que eso debemos cambiar un poco, que las organización vigilen y estén siempre a la vanguardia para ver que las cosas estén bien y que la gente este satisfecha, no por un precio sino porque quiera volver y el hecho de que yo quiera volver voy a traer a mi familia y mi familia a su otra familia entonces volvemos porque tuvimos un buen trato, un buen servicio, entonces vamos a querer volver.
- Como le digo por ejemplo lo que a mí me a disgustado cuando me fui a Galápagos es la preferencia que hay hacia los norte americanos y el propio ecuatoriano de aquí es rechazado, incluso hasta los valores se supone que el extranjero vienen a dejar dólares aquí y deberíamos atrapar dólares, entonces lo que no me gusto a mí en Galápagos fue cuando fuimos el grupo de jóvenes de muchachos y entraba justo un grupo de turistas entonces nos apartaron a nosotros a un lado y les hicieron ingresar primero a los turistas aunque se supone que es nuestro país es nuestra patria, les cobran a ellos un dólar el ingreso a una isla que nos hicieron caminar un pocotón, este les cobraban a ellos un dólar y a nosotros 2.5 \$, entonces nosotras las mamitas protestábamos decíamos que se supone que al turista deberían de atraparlo y agarrarle más los dólares por que prácticamente los de aquí se realiza un paseo pero limitándose y buscando lo más económico que nos pueda salir a nosotros, entonces por cada muchacho 2.5 \$., 2.5\$ si representa y las personas que deben dejar aquí los dólares entraron más fácilmente, más cómodamente y fueron más privilegiados que uno que no conoce el país eso fue lo que más me disgusto del turismo. Yo creo que uno dueño del país debería de ser mas privilegiado que en si el americano, yo se que tenemos que dar buena imagen y en cuestión a costos yo creo que uno que se está aquí debería de ser un poco menos, en realidad los americanos y los europeos que vienen a las islas Galápagos creo que ahí podrían dejar cualquier cantidad de dólares, bueno en ese aspecto no me gusto y dije bueno ellos que son porque si todos somos seres humanos debemos recibir el mismo trato, igual en la compra de agua no nos vendían el agua y les vendían a ellos entonces dije huy regresar a Galápagos no, imagínese para mí fue una experiencia horrible, muy horrible en cuestión de playas digo es muy sucia la gente en sí mismo la gente es muy sucia.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 52.

Codificación abierta o en primer plano Moradores

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|---|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los moradores para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| Código: Moradores | |
| Segmentos | Categorías |
| <p>Con información, en distintos lugares del cantón, por ejemplo ahora que veníamos acá, hay varias personas que están en varios sectores que están desde la entrada, están dándonos información del sector del Molinuco entonces eso es una parte muy importante como los moradores pueden aportar para que el turismo aflore mas.</p> <p>La gente colaborar con el tema de aseo y limpieza, a veces venimos de viaje, traemos nuestra comida y dejamos botando y dañamos el medio ambiente, entonces creo que la comunidad está también llamada a cumplir con eso y no permitir que se dañen las cosas, no dejar la basura afuera, los animales cuidar y recoger la suciedad del animal, creo que nosotros como ciudadanos podemos colaborar.</p> <p>Claro en una negociación, entonces en esa negociación es ganar y ganar, pueden ganar ellos, digamos de una forma beneficiando de ese turismo.</p> <p>Que seamos unidos y apoyarnos.</p> <p>Si algo necesitan apoyarle, indicarle lo que sea no le parece, eso debería ser el apoyo a un turista por ejemplo de un transportista dar información.</p> <p>Yo creo que enseñándoles por que también no debe ser solo del hotel sino en parte de toda la ciudadanía que salen todos a dar una vuelta, entonces debería ser una prioridad tratar bien a las personas.</p> <p>Si uno mismo no apoya a lo nuestro, deberíamos apoyar a nuestro cantón.</p> | <p>Las categorías para saber que deben hacer los moradores para impulsar el turismo, fueron;</p> <p>Proporcionar información de los lugares turísticos y actividades turísticas que conozcan.</p> <p>No botar basura en espacios públicos.</p> <p>Colaborar con el aseo y limpieza de su espacio físico.</p> <p>Recoger los desechos de los animales.</p> <p>Crear alianzas con centros turísticos y vecinos para comercializar productos y servicios complementarios y sustitutos para el turismo.</p> <p>Apoyar proyectos turísticos en beneficio de la comunidad.</p> <p>Exigir capacitaciones en materia turística para proporcionar información a propios y extraños que deseen conocer el cantón.</p> <p>Ser un morador gentil, cortés, carismático y educado para crear un imán positiva con los visitantes.</p> <p>Apoyar lo nuestro.</p> <p>Hacer publicidad en redes sociales personales.</p> <p>Hacer las veces de guía con amigos, familiares y vecinos que desean conocer el cantón.</p> <p>Interesarse en conocer más del lugar en donde viven.</p> <p>Cultivar los espacios vacíos con plantas coloridas que llamen la atención del turista.</p> <p>Ofrecer pequeñas muestras de productos nativos.</p> <p>Crear charlas y reuniones de turismo en comités pro mejoras para beneficio de la comunidad.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.52.

Codificación abierta o en primer plano Moradores

| | |
|--|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los moradores para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código: Moradores Categorías |
| <p>Tenemos que ser más amables, atraer a la gente, ser más educados porque aquí la gente cuando vienen un turista y se estaciona les mandan hablando y les insultan, entonces los moradores de aquí debemos tener más carisma para atraer a la gente por ejemplo cuando viene aquí un carro yo no sé de dónde pero uno le dice venga estacionese aquí, póngase aquí yo le doy un espacio y por lo menos aquí si regalan para las colas pero uno si se les da el espacio.</p> <p>Hacerles conocer, si tienen familiares y vienen de viaje hacer que conozcan el cantón.</p> <p>Hay pocas personas de aquí que te pueden estar ayudando, recomendando, entonces no se sabe, como yo, yo no sé que tenemos para recomendarle a un extranjero, yo no sé qué paisaje por ejemplo solo se el Molinuco y nada más, no tengo más información de lugares turísticos de aquí del cantón.</p> <p>Podríamos enseñar en casa, a nuestros hijos y que nosotros volvamos a reconocer lo que nosotros éramos, nosotros somos mestizos, chagras no podemos ser mas, nosotros somos descendientes de incas y aborígenes un poquito nos mejoraron la raza los españoles pero no poder decir raza pura, pura entonces debemos mantenernos como mestizos y utilizar la ropa y el lenguaje como ecuatorianos, como serranos, como costeños.</p> <p>Si, ponte el crecimiento del turismo que supongo que se vendría desarrollando en lo que es la matriz productiva, vendría ayudando a lo que los moradores del sector y como harían esto posible porque lo moradores darían sus opiniones, a través de los turistas caminando por las calles, los moradores les dirían esta parte es conocida por esto y les dan y les cuentan sus anécdotas, les hacen familiarizar con eso a través de eso crece lo que es el turismo.</p> <p>Siempre hay cosas sencillas, pero que se agradece, que se yo que una persona de aquí le haga conversa o que le brinde un bocadillo.</p> | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.52.

Codificación abierta o en primer plano Moradores

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los moradores para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui?

Código: Moradores

Segmentos

Categorías

Creo que si al menos en los barrios, donde hay los comité pro mejoras todo lo que es dirigencia deberían unirse y por lo general los barrios son unidos por ejemplo deberían promocionarse por ejemplo los de la tercera edad son retirados, son jubilados deberían reunirse para poder salir pues fíjese para que a mas que tengan una linda vejes conozcan mas nuestro país.

Los moradores claro, esencialmente asiendo la campaña de pasa la voz, de pronto aquí hay algo que pueda estar llamando la atención entre la familia mismo, entre conocidos o entre las mismas redes sociales, así pueden promocionar este destino.

No botar la basura, tener todo limpio.

Si podemos ayudar, por ejemplo en el aseo o igual ayudando a la gente decir aquí es algo turístico a veces no sabemos dar información.

Como le digo, cada uno prestando su mano y aseando aunque sea su área, su sector, aquí mismo vea, este es mi local y alrededor no barren sus partes aledañas al sitio al que tenemos que tener presente para que entre la clientela para un buen aspecto desde afuera desde la vereda porque incluso con los animales si se ensucia un poquito recoja o téngales encerraditos se ve aquí mismo digo la gente es cochina a la gente no le gusta el aseo el querer atrapar a un cliente y darles una buena presentación.

Juntarse más y ser unidos, la unión es la fuerza, pero el problema es que no somos todos iguales, unos quieren otros no quieren.

Limpiar las calles y mantener todo limpio.

Dar mantenimiento al lugar donde se vive, de la casa, la limpieza del lugar.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.52.

Codificación abierta o en primer plano Moradores

| | |
|---|--------------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer los moradores para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código: Moradores |
| | Categorías |
| En realidad ahí si se necesitaría el apoyo del señor alcalde por que es la autoridad, incentivar, motivar a la gente a que vuelvan a cultivar nuestros propios huertos. | |
| Deberían dar sugerencias. | |
| Es conocido como un atractivo turístico pero lo que si falta es especificar los lugares, horarios y por parte de los moradores sería bueno no se pegar o que el municipio les dé una información y pegar a veces en esos centros que uno va a veces a la comida, a veces de compra entonces uno ya se conocería mas esos lugares, entonces si sería bueno que los moradores hagan publicidad de esa manera, pero con ayuda sería también del municipio. | |
| Ejemplos: No. | |
| Saturado: Si. | |
| Formato: Sampieri, (2006). | |
| Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 53.

Codificación abierta o en primer plano Autoridades

| | |
|--|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer las autoridades para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código: Autoridades |
| | Categorías |
| <p>Creo que las autoridades definitivamente mejorar el tema de carreteras en el cantón como tal hay muy buenas carreteras, pero ya para ingresar acá es un poco mas descuidado.</p> <p>Yo creo que las autoridades no están cumpliendo a cabalidad pero se ha visto por la televisión por como usted señorita esta como promocionando, como investigando, entonces esas son cosas son muy importantes para relacionarse con el turista que llega y eso es una buena cosa, es presentar el elemento que tenga contacto con los turistas no le parece.</p> <p>Podría ser charlas, yo diría que se incremente la conciencia económica seria una reunión una reunión de bienestar porque si se trata que vienen otras personas gana dinero este sector entonces ese dinero debería ser tomado para ayudar a los que necesitan, no se incrementar el sueldo a las personas que barren entonces yo creo una responsabilidad social porque yo creo que si se hace esa situación de animar el dinero se va para el municipio y yo creo que el dinero se vaya para todos ósea un poste mas o algo, algo se debería hacer, pero debería ser desde la autoridad como con una conversación o un contrato eso debería hacer una persona muy inteligente e innovadora que tenga esa meta, que si yo traigo esas personas de Guayaquil a Ambato yo hago un convenio con el señor de Ambato un ejemplo con el alcalde de Ambato y le decimos el dinero que saquemos dividámosle para el pueblo ambateño y parte, parte, no me parece que gane solo la autoridad yo creo que debería ser la sociedad, pero la sociedad también tiene que ser educada y no van a tratar mal, tipo racismo.</p> <p>Lo que falta aquí es un buen estacionamiento, los carros no tienen donde estacionarse, hay muchos turistas que vienen al mercado y se van porque no hay donde estacionarse y no se quedan, entonces debe haber parqueaderos.</p> | <p>Las categorías para saber cómo las autoridades pueden apoyar a impulsar el turismo, fueron;</p> <p>Mejorar carreteras en áreas rurales.</p> <p>Crear contactos con turistas a través de investigación y publicidad.</p> <p>Organizar convenciones, seminarios, reuniones, etc. con grupos de interés; establecimientos turísticos, moradores, etc.</p> <p>Solucionar problemas de estacionamiento vehicular.</p> <p>Eliminar problemas de inseguridad.</p> <p>Incentivar la creación de proyectos que innoven línea de productos y servicios turísticos.</p> <p>Realizar campañas publicitarias a nivel nacional e internacional.</p> <p>Instalar señalización vial de servicios turísticos.</p> <p>Capacitar a los establecimientos y moradores del cantón en temas, como; turismo de aventura, ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, etc.</p> <p>Crear normas y sanciones que aseguren el cuidado del medio ambiente.</p> |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.53.

Codificación abierta o en primer plano Autoridades

| | |
|---|----------------------------|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer las autoridades para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código: Autoridades |
| | Categorías |
| No buscan alternativas, se enfocan solo a lo que es las fiestas. | |
| Promocionar más al cantón fuera y dentro del país. Para aumentar el turismo y todo eso tendría que intervengan las autoridades y ponerle bastante énfasis para que terminen la delincuencia, es que corren mucho peligro, los que somos nacionales más o menos ya les ubicamos a alguien que está con buenas intenciones, mucho más los pobres extranjero que ellos no saben. | |
| Digamos, con los parter, ahorita están despintados, entonces pintarlos, con señalizaciones y mas con la seguridad. | |
| Como pueden aportar, las autoridades tienen presupuesto que les fija el estado para poder hacer campañas televisivas, radiales. | |
| Vigilar mas, a veces hay muchas personas imprudentes, entonces debería vigilar mas la autoridad, los policías más que todo. | |
| Deberían dar a conocer nuestro sector, sinceramente conocer donde vivimos y luego poco a poco ir dar a conocer todo a donde vamos, si empezar por lo uno mismo y empezar a dar a conocer todo nuestro país. | |
| Dando más propaganda y dando a personas que indiquen sobre donde hay turismo. | |
| Es duro la lucha le diré, como autoridades, yo creo que lo mejor es de tenerle a la gente tocándoles el bolsillo porque al rato que le toca el bolsillo como que usted dice chuta mejor limpiar porque ahí me caen, pero creo que es difícil que cada autoridad este detrás del cochino. Por ejemplo esa ley que pusieron, el que no escupe, el que no es cochino en que quedo en nada, tenía que estar un policía detrás de cada uno. Entonces falta mucho para tener un país como el de los europeos que dicen que es una limpieza, la gente es educada hasta para cruzar la calle. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.53.

Codificación abierta o en primer plano Autoridades

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Qué deberían hacer las autoridades para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui?

Código: Autoridades

Segmentos

Categorías

Más seguridad.

Claro ellas, serian las personas más interesadas para que Rumiñahui siga siendo turístico como hasta ahora lo ha sido, entonces también sería falta de publicidad, promocionar en las fechas cívicas y así dar a conocer el cantón Rumiñahui.

Por ejemplo eso le digo, en el turismo podría haber más seguridad porque si se escucha que a los turistas le roban, les quitan las cosas de repente en una feria, entonces si deben tener mucho cuidado en eso porque hay mucha delincuencia, donde quiera.

Ejemplos: Si.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 54.

Codificación abierta o en primer plano 

| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
|--|--|
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: Suponiendo que el sector turístico es prioridad de las autoridades del cantón Rumiñahui ¿Cuál sería el principal problema que se debería resolver en el cantón para promover el turismo? | |
| | Código:  |
| Segmentos | Categorías |
| <p>De pronto las vías de acceso, las vías de acceso es un factor muy importante para que la gente pueda acudir y llegar a ciertos lugares, porque a veces son un poco difíciles de llegar. Por ejemplo: no tuve problemas para llegar aquí, pero si estoy de acuerdo que mejoren el trayecto ya no de esta parte, pero si la vía por donde uno circula, se supone que esto es un lugar turístico de hace muchos años, entonces algo que deberían haber hecho las autoridades es poner un poquito de énfasis es en el acceso vehicular y a la entrada poner unos parqueaderos donde uno pueda dejar sus vehículos y pueda confiar, yo no encontré parqueaderos, es la primera vez que vengo a este sector, entonces yo no encontré parqueaderos, todos están en la callecita, ahí en la entrada, bueno no un solo parqueadero porque las reservas están un poco distantes pero por ejemplo para este sector por que para el Molinuco yo vi que hay, pero para los que entran a este sector, los que entramos en carro, dejamos afuera en la callecita y usted ve que la calle es muy angosta, eso es lo que les falta a las autoridades poner un poquito de énfasis para que la gente pueda llegar con más tranquilidad.</p> <p>Creo que no hay mucha información, por ejemplo esto de la cascada justamente conversábamos con mi familia la mitad de nosotros no la conoce porque ni siquiera saben que existe, llegar acá es el hornado es mas por las cosas como típicas y todo esto lo que existe aquí no se conoce mucho, entonces me parece que no hay mucha información igual en el camino, debería haber más señale tica para que la gente admire, pueda interesarse, ingresar conocer y ver cómo funciona, entonces me parece un poco mas de información. Crearía que en si las autoridades porque nosotros pagamos impuestos y con esos impuestos deberíamos poder disfrutar de esto que es nuestro, entonces yo creo que las autoridades están obligadas y llamadas a invertir en esto para que al mismo tiempo si nosotros pagamos unas entradas para ingresar acá, se siga mejorando y la gente siga viniendo.</p> | <p>Entre los problemas a solucionar, puntualizados por turistas y moradores surgieron;</p> <p>Vías sin mantenimiento en zonas rurales.</p> <p>Escasos parqueaderos.</p> <p>Ningún centro de información turística.</p> <p>Reducido desarrollo turístico del cantón.</p> <p>Elevado desconocimiento de lugares y actividades turísticas por parte de los nativos.</p> <p>Aumento poblacional e inmobiliario que provocan la disminución de lugares verdes.</p> <p>Las fiestas del maíz y el turismo no cuentan con una fuerte cosecha del maíz o productos agrícolas que impulsen el agroturismo.</p> <p>El cierre del camal municipal ha generado la creación de mataderos clandestinos.</p> <p>Reducido servicio de transporte turístico.</p> <p>Vandalismo en patrimonio cultural y natural.</p> <p>Reducido control de calidad en productos alimenticios.</p> |
| Los caminos, muy malos, no me gusto, deberían mejorar la carretera para este sitio Molinuco. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.54.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: Suponiendo que el sector turístico es prioridad de las autoridades del cantón Rumiñahui ¿Cuál sería el principal problema que se debería resolver en el cantón para promover el turismo?

Código: 
Categorías

Segmentos

Yo pienso, que promocionar el turismo en si es un problema porque como ustedes pueden ver hay más gente del exterior que de acá, prácticamente la gente de aquí no conoce y si conociera obviamente vendrían para acá, entonces debería promocionarse un poco más el turismo por que digamos que de eso vamos a vivir después, ya cuando se acabe el petróleo.

En primer lugar las vías, aunque si se está haciendo algo, porque hay muchos turistas que vienen en carros pequeños y se les daño entonces ya no regresan, eso da mala imagen y si fueran vías buenas como estas, el turista llega a donde sea.

Es que los sitios ya se siguen poblando, no hay espacios a mas de los sitios que hay como le digo y mejorar las carreteras eso es lo indispensable.

Aquí no hay mucho el turismo, aquí sería preferible impulsar la agricultura y no el turismo, pero ahorita ya no hay donde sembrar, ahorita hay un montón de casas y de todo eso, vaya por allá vaya por este lado todito están urbanizados en terrenos que cultivábamos y ahora es algo falso que digan las fiestas del maíz y el turismo, donde está la cosecha del maíz , aquí ya no hay maíz solo ese maíz de sementó que está ahí arriba, solo ese monumento, es el único maíz que hay ya no hay donde sembrar nada porque todo está poblado todo está ya con construcciones no hay quien vea eso, terrenos buenos, productivos usted sabe que en otro país es un crimen hacer las casas donde produce pero aquí no hay nada de eso, en lugar de hacer las casas de ancho mejor para arriba donde no sea muy productivo, que vayan hacer por allá por calderón donde hay terrenos desiertos donde no se produce nada no acá en todito el valle, váyase por acá por San Pedro eso era un potrero lindo donde se sembraba y se cosechaba entonces yo no sé porque le llaman las fiestas del maíz del turismo, donde está el maíz si no hay nada.

Aquí no hay un buen terminal, un buen camal ahorita la gente está matando a los animales cada cual en sus casas y a veces por aquí hasta hay mal olor y yo creo que es porque cada quien está matando a los animales en cada casa, ahora ha empezado a haber unos moscos bien chiquitos que

Formato: Sampieri, (2006).
 Adaptado por el autor.

(Continúa)


Cuadro 3.54.

Codificación abierta o en primer plano 

| | |
|---|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: Suponiendo que el sector turístico es prioridad de las autoridades del cantón Rumiñahui ¿Cuál sería el principal problema que se debería resolver en el cantón para promover el turismo? | |
| Segmentos | Códigos:  Categorías |
| <p>abundan aquí en la cocina, hay unos moscos así chiquitos y eso antes no había, entonces debería haber el camal no se ahorita donde estarán matando los ganados, los chanchos, porque antes era el camal aquí por ejemplo aquí la gente vienen a la feria pero todo debe ser hecho tecnificada mente pero por la feria por que por turismo no vienen, tecnificar tiene que ser algo práctico, algo moderno, algo limpio, algo que sea bien saludable.</p> <p>En el cantón y en todas partes, la delincuencia digamos está muy, muy bueno se esparce por todos los sitios.</p> <p>Yo creo que la propaganda, yo creo que se debería dar mas nieque a la propaganda, pues mucha propaganda de cada provincia, que sea un día entero de propaganda y que tiene cada provincia.</p> <p>La delincuencia.</p> <p>El problema que deberían resolver nuestras autoridades es de que los turistas aprecien de mejor manera como se puede llegar a los distintos lugares turísticos por que muchas personas llegan a investigar sobre los lugares que tiene el cantón pero no saben la manera de cómo llegar y a veces la tarea de llegar a estos lugares turísticos se dificulta mucho y muchas de las autoridades no tienen en conocimiento de lo que está sucediendo.</p> <p>Obviamente la inseguridad.</p> <p>En realidad el dinero que tienen el municipio lo sepan utilizar de la mejor forma porque a veces malgastan el dinero haciendo cosas que la verdad no valen la pena entonces que hagan obras que realmente sean necesarias.</p> <p>Más transporte.</p> | |
| <p>Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor.</p> | |

(Continúa)



Cuadro 3.54.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: Suponiendo que el sector turístico es prioridad de las autoridades del cantón Rumiñahui ¿Cuál sería el principal problema que se debería resolver en el cantón para promover el turismo?

Código:



Categorías

Segmentos

Creo que hay muchas cosas pero lo que yo alcanzo a ver un poco es que debe haber control, mas control policial, más que todo que haya eso respeto del uno al otro, a pesar de que es un cantón todavía tranquilo yo eso he notado.

La suciedad que hay aquí, se ha dañado bastante por que antes era más limpio.

Que indiquen en donde queda por que por ejemplo yo no conozco nada porque si hay, sino que no sabemos.

La seguridad sobre todo, un poco más la seguridad.

La delincuencia. La inseguridad.

La información, no hay información.

No deberían ensuciar las partes turísticas, por ejemplo la estatua de Sangolquí, las pintan con espray, que permitan que hagan digamos un grafiti bonito que llamen la atención pero van y hacen unas bobadas ahí atrás que se ve horrible y patanadas también ponen, se ve feo.

La seguridad es lo principal.

La calidad de la comida, los precios.

El transporte por ejemplo desde Sangolquí hay un lugar para el Quinche, entonces el transporte a veces no es muy seguido toca esperar casi una hora, cuarenta minutos, si uno se atrasa de ese turno tendría que esperar todo ese tiempo y más publicidad para uno saber porque eso supe mediante una referencia.

Ejemplos: No.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 55.

Codificación abierta o en primer plano 

| | | |
|---|--|--|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | | |
| Unidad de análisis: ¿Considera que los turistas internos y externos tienen buen trato por parte de los moradores del cantón Rumiñahui? | | |
| | | Código:  |
| | Segmentos | Categorías |
| | Las personas de poblaciones lejanas sí, pero las del centro no. | Las opiniones sobre los niveles de cortesía y atención descritas por moradores y turistas arrojaron lo siguiente; Las personas de zonas rurales son más amables que las personas de zonas urbanas. Hay variedad de personas, con personalidades y carismas distintos. La gran cantidad de personas acogen al turista en sus cortas estadías. |
| | Hay veces que sí, hay veces que no. | |
| | A mí sí me han tratado bien por eso me encanta vivir acá, yo si vivo enamorada de aquí. | |
| | La gente del campo es súper amable. | |
| | Si nos dan buena acogida. | |
| | Si por que la gente de aquí de Sangolquí son bastante sociables y amables también, no nunca se han quejado yo vivo aquí más de cuarenta años y nunca, nunca escuchado alguna queja. | |
| | De lo poco que he visto, si creo, no he tenido problemas. | |
| | Claro, claro el turista si tiene buen trato, el turista ya se prepara para recibir al turista y tratar al turista, bueno hasta aquí no he escuchado quejas, pero puede haber, puede haber, no le digo que el ciento por ciento es mejor siempre tenemos algunas fallas pero hay que ir corrigiendo en el camino. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.55.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: ¿Considera que los turistas internos y externos tienen buen trato por parte de los moradores del cantón Rumiñahui?

Código:



Segmentos

Categorías

Hay me cogió nuevo, pero acá le veo bien pero no, no he escuchado ninguna queja.

El trato hacia el turista, yo creo que las personas de aquí si dan buen trato pero a veces viene un extraño y no le incentivan a decirle venga, conozca pero el trato al extranjero si son buenas si son buenas.

Si hay buen trato, creo que si somos amables con la gente extranjera.

Yo creo que sí, son bien acogidos porque hay mucha gente que viene al cantón.

Ejemplos: No.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 56.

Codificación abierta o en primer plano 

| | |
|---|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: Si tuviera la oportunidad de crear una empresa en el sector turístico o recomendar la creación de una. ¿Cuál crearía o recomendaría crear? | |
| Segmentos | Categorías |
| Puede ser hosterías, una hostería en la que haya caballos para que la gente haga cabalgatas, hosterías en las que se pueda hacer deportes como; hay un deporte que no recuerdo y en el que se simula jugar guerras, entonces una hostería con un equipo de esos para que la gente pueda divertirse, alojarse y pueda descansar. | Los establecimientos turísticos necesarios en el cantón son; Centros de alojamiento con servicios complementarios como; actividades recreacionales en el medio ambiente. Centros de entretenimiento con actividades extremas pero seguras. Centros de entretenimiento con guías personalizados. Agencias de turismo con profunda información y publicidad turística. Centros de comida y bebida temáticos. |
| A mí me encantaría el tema de explorar, de aventura, de que la gente conozca ese tipo de cosas que es nuestra naturaleza, la gente necesita, bueno a veces la gente necesita que nos guíen y nos digan por dónde ir, entonces si yo tuviera una agencia lo haría en función de eso, que la gente llegue a nuestra agencia y puedan ver todo lo que nosotros tenemos y llevarles en los senderos naturales, me gusta más la exploración, el canopy, ese tipo de cosas de aventura, río, me gustaría ese tipo de cosas. | Transporte turístico con vehículos cuatro por cuatro para recorrer las zonas montañosas del cantón. |
| Una empresa de turismo mismo que lleguen a la ciudad digamos por decir que lleguen a Sangolquí y ahí les digan, bueno aquí tenemos estos lugares turísticos que podrían conocer como una agencia de publicidad una agencia de turismo. | |
| Más restaurantes. | |
| Uno de transporte turístico porque el turismo sigue progresando porque más antes podía coger un carro de estos o en cualquier carro, pero hoy en la actualidad las leyes ya no le permiten y tienen que salir en uno de turismo. | |
| Yo creo que el transporte turístico. | |
| Sería bueno una agencia de turismo pero que sea algo nacional e internacional. | |
| Específicamente solo para el turismo; transporte, hoteles y que no abusen en el precio también. | |
| Yo crearía un establecimiento de comidas porque aquí como cantón tenemos platos turísticos para llamar la atención a la gente. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.56.

Codificación abierta o en primer plano 

| | |
|--|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: Si tuviera la oportunidad de crear una empresa en el sector turístico o recomendar la creación de una. ¿Cuál crearía o recomendaría crear? | |
| Segmentos | Código:  Categorías |
| Una agencia turística porque ahí abarca todo. | |
| Yo crearía una empresa en el que dé a conocer los lugares turísticos; les dé un guía en el que el sepa por qué viene el nombre de la cascada Cóndor Machai, que sepa como direccionar, que les sepa dar los lugares típicos de la comida y los sepa guiar, que sepa conocer donde esta un buen hospedaje, donde hay un buen transporte y donde se sientan cómodos y sean bien atendidos. | |
| Aquí lo que falta es hospedaje porque si nos damos cuenta aquí, hotel hay dos creo y lo que he visto aquí son hostales, pero yo creo que un turista siempre busca un hotel no un hostal. | |
| En mi punto de vista yo aría algo similar, no se si conocen Mindo entonces son centros turísticos que aparte de tener hoteles tienen recreación, aprovechando el mismo medio ambiente entonces algo así similar. | |
| Una agencia turística. | |
| Transporte turísticos, que eso no hay aquí. | |
| Sería una agencia de vehículos cuatro por cuatro que les lleve a los turistas a conocer los sectores de aquí, no un taxi, sino algo que le lleven hasta arriba, transportes turísticos. | |
| Estaría bien una agencia del turista, hasta para ir a conoces mas allá de aquí del pueblo. | |
| Podría ser una de entretenimiento y de los objetos que se hace como las artesanías. | |
| Centros de hospedaje y agencias turísticas. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.56.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.

Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.

Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.

Unidad de análisis: Si tuviera la oportunidad de crear una empresa en el sector turístico o recomendar la creación de una. ¿Cuál crearía o recomendaría crear?

Código: 

Categorías

Segmentos

Aquí falta mucho yo pienso que agencias turísticas eso no hay.

Yo creo que el principal el de transporte turístico y alojamiento.

Sería centros de alojamiento pero siendo una persona responsable para ellos porque ahí también escuchado que les roban bastante, pero del resto ellos ven como turistas a donde ir.

Hospedaje.

Agencia turística y de entretenimiento.

Una agencia turística por que mediante esa agencia promocionaríamos los lugares a que los visitantes vengan tanto del mismo sector como del extranjero pero para mi punto de vista sería con la mayor publicidad y claro en coordinación con lo que es el transporte para de esa manera poderles dar nuestros servicios a nuestros visitantes.

Ejemplos: No.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 57.

Codificación abierta o en primer plano 

| | |
|--|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué medios publicitarios deberían ser tomados en cuenta para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Categorías |
| Yo diría que mejore la publicidad es decir más a lo que hay dentro del cantón. |  <p>Los medio publicitarios preferidos por el turista son; Publicidad televisiva porque es un medio tradicional y se puede visualizar cortometrajes que enamoran al televidente. Publicidad radial porque existen personas que no pueden leer pero si escuchar. Publicidad 2.0 porque la generación prefiere la tecnología, las redes sociales y todo lo relacionado al internet. Publicidad impresa, como; carteles, vallas publicitarias, flyers, trípticos, revistas, el periódico, etc. Publicidad en exteriores, como; carteles en vehículos.</p> |
| Publicidad acerca de la cultura y costumbres de aquí del cantón yo creo que televisiva porque la genta opta mas por la televisión o por la pagina web que no hay mucho. | |
| A si, deberían hacer campañas más que todo los estudiantes ustedes que pueden, están en eso, no se hacer campañas, hacer carteles que se yo para promover un poco más el turismo para que venga la gente, las vallas publicitadas y las redes sociales que es lo que está en boga. | |
| Que promocionen más por la televisión de pronto los lugares turísticos porque me parece que no se promociona porque solo cuando va haber feriado me parece que sacan en la televisión pero solo en ese momento, o los volantes. | |
| Yo creo que en la actualidad ya hay nueva tecnología, mas antes era mediante trípticos, algunos folletos pero ahora internet o algo así o algunos papeles volantes si valdría pero yo creo que trabaja más internet y otras cosas más. | |
| Sacarle adelante por medio de televisiones, por medio de hojas volantes o agencias turísticas, diciendo como es, como se creó y que es lo que es ahora porque muy pocas personas conocen la historia de Sangolquí, como es y cómo se creo, la mayoría conoce como es ahora pero no conoce como fue creado. | |
| Lo que podrían hacer por ejemplo es poner mallas, mallas publicitarias en la vía ya ve que para acá hay muchas vías de peso; las de Amaguaña, de Quito, de Pifo que es las del aeropuerto, entonces los flyers o los trípticos que pueden por ejemplo repartir en los restaurantes a la salida, en los hoteles, entonces eso es una parte muy práctico para poder promocionar. | |
| Bueno el más rápido es el internet pero también a través de la televisión y a través de la radio que también es más económica. | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

(Continúa)



Cuadro 3.57.

Codificación abierta o en primer plano 

| | |
|---|---|
| Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva. | |
| Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía. | |
| Unidad de análisis: ¿Qué medios publicitarios deberían ser tomados en cuenta para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui? | |
| Segmentos | Código:  Categorías |
| Usar las redes sociales, eso puede ser. | |
| Usar esto de las redes sociales, que sería una buena cosa. | |
| La mejor es la radio por que existen personas que no van a poder leer pero si van a poder escuchar y las que no pueden escuchar le podríamos ayudar con un ayuda muy especial, pero yo creo que la radio es la mejor. | |
| Yo creo que por la radio más aunque también sería bueno por la televisión, pero la televisión cuesta caro, entonces preferible por la radio. | |
| Deberían usar publicidad televisiva. | |
| Hay revistas que nos entregan así en la calle, también debería ser por medio de; la televisión, la radio, el internet por qué no se escucha mucho de aquí del cantón. | |
| La televisión, los carteles, folletos, revistas. | |
| Se debería ampliar mas lo que es redes sociales porque lo que es la municipalidad del cantón Rumiñahui solo hay una parte en la que dice estos son nuestros atractivos turísticos y no hay mas, no hay la explicación de por qué es esto de por qué se llama así o de que deberíamos conocer por qué deberíamos venir aquí, solo hay los carteles en el que dice ven y visita Rumiñahui pero no hay el porqué, los flyers, la radio como en la súper k que es lo que escuchamos más los que vivimos aquí. | |
| La televisión y la radio por que digamos es el más visto por todo el mundo. | |
| La radio y la televisión. | |

Formato: Sampieri, (2006).
Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.57.

Codificación abierta o en primer plano 

Estudio: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva.
Participantes: Moradores del cantón Rumiñahui y turistas nacionales del cantón Quito y cantón Mejía.
Método de recolección de datos: Entrevistas a moradores del cantón Rumiñahui, cantón Quito y cantón Mejía.
Unidad de análisis: ¿Qué medios publicitarios deberían ser tomados en cuenta para promocionar el turismo en el cantón Rumiñahui?

| Segmentos | Código:  Categorías |
|--|---|
| La televisión es un buen medio de comunicación. | |
| Radio, televisión ustedes tienen acá en el valle una revista que es revista el valle o algo así, entonces algo que lee la gente de aquí mismo. | |
| La prensa o lo que está de moda las redes sociales. | |
| La publicidad en vehículos por que los vehículos corren a un lado y corren al otro lado y sin querer uno ya va viendo la propaganda. | |
| A más de la radio que es súper más sonada aquí deberíamos entrar a la página web por que ahora todo el mundo entra a su página web y todo el mundo está con su celular y por ejemplo ahí ya sale un anuncio que dice ven visita nuestro cantón, visita este lugar dando especificaciones; de cómo llegar, donde queda y todas las facilidades para llegar. | |
| Yo creo que es la televisión por que al cliente y al ser humano le enfoca más y dicen hay esto esta bonito hay que ir allá. | |
| La televisión, que se reúna la gente que es del quechua y expongan lo que es la raíz. | |
| Televisión, revistas, el comercio que circula dentro del valle. | |
| Que promocionen todos sus aspectos, digamos todo en el aseo, en el cuidado a menos más en la comida en los mercados y atender al cliente con más esmero con más atención con más voluntad y respeto. | |
| Deberían ofrecer más publicidad con paquetes turísticos para atraer a la gente. | |

Ejemplos:

- Por ejemplo en la radio súper k, igual el municipio debería venir perifoneando que va haber algo que se yo algo.

Saturado: Si.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

2.3.2.4. Codificación selectiva: segundo nivel.

Cuadro 3. 58.

Codificación selectiva: Turismo Rumiñahui.

| Tema: | Código reducido: |
|--|-------------------------|
| El origen y desarrollo turístico del cantón Rumiñahui. | Turismo Rumiñahui. |
| Descripción con mayor amplitud conceptual: | |
| <p>En el cantón Rumiñahui, las empresas turísticas se desarrollan en un lapso de dos a cinco años aproximadamente esto puede ser provocado por un inicial flujo de salida de efectivo que se destinan para la construcción del bien inmueble o leasing (arrendamiento mercantil), contratación de colaboradores, compra de activos fijos que varían entre; equipos de cocina y comedor, equipos de servicios de recepción y limpieza, equipos de actividades recreativas, etc. según sea el caso, contratación de servicios publicitarios, inversión en innovación de productos y servicios turísticos y gastos de constitución. Entre las razones que influyeron para que dichas empresas se constituyeran, surgieron: para ser empresarios independientes y poner en práctica las experiencias, habilidades y conocimientos adquiridos, por recomendaciones y aceptación de productos y servicios, por el surgimiento de mercados turísticos en ciertos sectores de la ciudad, por aprovechar y conservar la topografía del sector y sus ecosistemas como lugares para iniciar actividades turísticas. Una vez instalados en el mercado, inicia la etapa de introducción que será la más trascendental para diferenciarse entre la competencia, aquí los operadores turísticos deberán crear más estrategias de marketing para informarle al turista potencial que dicho producto o servicio está en el mercado y se encuentra disponible para su consumo. En el cantón los operadores turísticos se encuentran en etapa de desarrollo e introducción donde sus propietarios en la mayoría de casos son nativos del cantón y de provincias vecinas que gracias al inicio de la transformación productiva se encuentra inmersos en la creación de nuevos proyectos empresariales. Este patrón refleja ciertas premisas en cuanto a los clientes actuales y la competencia; en primer lugar los clientes actuales de los operadores turísticos se encuentran entre visitantes nacionales y extranjeros, categorizados por edades, como; la pubescencia de 10 a 12 años, adolescentes de 13 a 18 años, adultos jóvenes de 20 a 25 años, adultos (I) de 26 a 45 años, adultos (II) de 46 a 65 años y adultos mayores de 70 años en adelante, esta categorización dará un criterio para la segmentación de mercados que buscara clientes con gustos comunes que vayan desde actividades extremistas como el turismo de aventura hasta actividades pasivas como el turismo religioso o cultural; en segundo lugar la competencia para los empresarios turísticos del cantón reflejan un factor de crecimiento pues ellos consideran que para competir deben estar dentro de estándares de calidad que les permita ofrecer productos y servicios con alto valor agregado, a raíz de lo cual están en la busca de alianzas que les permita trabajar por un objetivo en común y es direccionar sus actividades de tal modo que el cantón Rumiñahui sea competitivo a nivel nacional y posteriormente a nivel internacional.</p> | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 59.

Codificación selectiva: Tramites turismo Rumiñahui.

| Tema: Exigencias legales para la constitución de operadores turísticos. | Código reducido: Tramites turismo Rumiñahui. |
|--|--|
| Descripción con mayor amplitud conceptual: | |
| Para emprender un negocio en el sector turístico independientemente del lugar en donde se constituya existe un proceso legal para iniciar actividades económicas en territorio nacional. En el estudio realizado y de acuerdo a las experiencias de los operadores turísticos se localizaron los siguientes tramites; | |
| 1. RUC | |
| El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.(Servicio de Rentas Internas [SRI], (s/f),p.1) | |
| 2. Registro patronal | |
| El registro patronal registra información del empleador como por ejemplo: datos de la empresa, datos del representante legal, datos de la actividad económica , registro que le habilita el acceso a la clave patronal que deberá ser retirada en las oficinas de Historia Laboral del Centro de Atención Universal del IESS. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social [IESS], (s/f), p.1) | |
| 3. Licencia de funcionamiento municipal | |
| “El permiso de funcionamiento es la autorización que el Municipio de Rumiñahui emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Rumiñahui [GADMUR], 2014, p.114-115). | |
| 4. Calificación del uso de suelo | |
| De acuerdo al artículo 54 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su literal p) dispone como función de los gobiernos autónomos descentralizados Municipales el regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad (GADMUR, 2013, p.1). | |
| 5. Permiso de los bomberos | |
| El cuerpo de bomberos registra información relativa como por ejemplo: datos de la empresa, equipos de protección contra incendio, equipos y medios de prevención y seguridad y riesgos de incendios (Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, (s/f), p.1). | |
| 6. Certificados y permisos de salud para el personal | |
| “Persona natural o jurídica que requiere de un permiso para la apertura de un establecimiento sujeto a control y vigilancia sanitaria (se excluyen los establecimientos de salud públicos y privados)” (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA], (s/f), p.1). | |
| 7. Escritura de propiedad del negocio | |
| “El Registro Mercantil inscribe la constitución de Compañías Anónimas, limitadas, comandita por acciones y de economía mixta” (Registro Mercantil Quito, (s/f), p.1) | |
| 8. Patente municipal | |
| “Tributo municipal que deben pagar todas las personas naturales o jurídicas que ejercen actividad económica dentro del territorio del cantón de Rumiñahui” (GADMUR, 2014, p.113). | |
| 9. Licencia única anual de funcionamiento turístico | |
| “Autorización para el funcionamiento de establecimientos categorizados por el Ministerio de Turismo. En las siguientes categorías: primera, segunda, tercera y cuarta” (GADMUR, 2014, pp.107-112). | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.59.

Codificación selectiva: Trámites turismo Rumiñahui.

| Tema: Exigencias legales para la constitución de operadores turísticos. | Código reducido: Trámites turismo Rumiñahui. |
|--|--|
| Descripción con mayor amplitud conceptual: | |
| <p>10. Licenciamiento ambiental</p> <p>Es la autorización que se otorga a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente o regulado de un proyecto o actividad debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente (GADMUR, 2014, pp.74- 87).</p> | |
| <p>11. Permiso de funcionamiento del Ministerio del Turismo</p> <p>El Catastro de actividades turísticas, es el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se torna en una herramienta referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro y actualización de datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo (MINTUR, (s/f), p.1)</p> | |
| <p>Adicionalmente, es necesario cumplir otros requisitos por operador turístico, a continuación se detallara con más énfasis los siguientes registros;</p> | |
| <p>MINTUR, Registro centros de turismo comunitario, (2015).</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar. • Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad. • Nombramiento que acredite la representación del peticionante. • Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes. • Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario. • Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos. • Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana. • Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo). • Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados) | |
| <p>MINTUR, Registro de transporte terrestre turístico, (2015).</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Copia de la Notificación favorable para la obtención del permiso de operaciones. • Copia Certificada de la escritura de Constitución de la Compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en caso de haberlas. • Copia del nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil. • Copia del Registro Único de Contribuyentes. R.U.C. • Copia a color de la Cédula de Identidad del representante legal | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.59.

Codificación selectiva: Trámites turismo Rumiñahui.

| Tema: | Código reducido: |
|---|-----------------------------|
| Exigencias legales para la constitución de operadores turísticos. | Trámites turismo Rumiñahui. |
| Descripción con mayor amplitud conceptual: | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Copia del comprobante de votación del representante legal • Copia de la Matrícula de cada uno de los vehículos. • Copia del pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del local debidamente registrado. • Inventario valorado de los activos de la empresa firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados. • Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo) | |
| <p>Nota: La información para los requisitos de la concesión del permiso de operaciones se encuentra en el Sistema Informativo de Control de Tránsito y Transporte Terrestre (SICOTTT)</p> | |
| <p>MINTUR, Registro de agencias de viaje, (2015).</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas; • Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante • Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis • Registro Único de Contribuyentes R.U.C. • Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación: Para agencias de viajes mayoristas, el equivalente a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda; y, Para agencias de viajes internacionales, el equivalente es de seis mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y, Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda. • Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.59.

Codificación selectiva: Trámites turismo Rumiñahui.

| Tema: Exigencias legales para la constitución de operadores turísticos. | Código reducido: Trámites turismo Rumiñahui. |
|--|--|
| Descripción con mayor amplitud conceptual: | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar. • Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR) | |
| <p>Nota: Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar un área mínima de 30 mts² (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial.</p> | |
| <p>MINTUR, Registro alojamiento – alimentos y bebidas personas naturales, (2015).</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.) • Copia de la cédula de identidad • Copia de la última papeleta de votación • Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial. • Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis • Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado. • Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia) • Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. • (Formulario del Ministerio de Turismo) • Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. • Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas) | |
| <p>MINTUR, Registro alojamiento – alimentos y bebidas personas jurídicas, (2015).</p> | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas. • Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil, • Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.) • Copia de la cédula de identidad • Copia de la última papeleta de votación • Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial. • Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis • Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3.59.

Codificación selectiva: Trámites turismo Rumiñahui.

| | |
|---|--|
| Tema: Exigencias legales para la constitución de operadores turísticos. | Código reducido: Trámites turismo Rumiñahui. |
| Descripción con mayor amplitud conceptual: | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia) • Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. • (Formulario del Ministerio de Turismo) • Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados • Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas) | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 60.

Codificación selectiva: Atractivos Rumiñahui.

| | |
|--|---|
| Tema: Atractivos turísticos del cantón Rumiñahui. | Código reducido: Atractivos Rumiñahui |
| Descripción con mayor amplitud conceptual: | |
| <p>Después de a ver detectado que los operadores turísticos se encuentran en proceso de transición hacia su etapa despegue para alinearse al cambio de la matriz productiva y aportar con la creación de empresas turísticas que podrían generar más fuentes de empleo, se deberá direccionar y esclarecer las líneas de productos y servicios más solicitados por los turistas.</p> <p>Los tipos de turismo fueron clasificados en seis categorías:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo cultural Porque es conocido por sus fiestas populares, patrimonio cultural y colonial, por sus sectores gastronómicos que permiten instruir sobre las raíces, platos típicos, idioma quechua y actividades tradicionales de los antepasados. 2. Turismo de aventura Porque existe espacio físico para crear deportes extremos y de alto esfuerzo físico, como; canopy, tubing, kayak, motocrós, etc. 3. El agroturismo Porque se puede aprovechar la existencia de fincas y haciendas dedicadas a la agricultura y ganadería. 4. El ecoturismo Porque existen lugares donde no se ha poblado aun y es factible practicar el senderismo a la vez que se puede respirar aire puro y con la tranquilidad que caracteriza la vida silvestre 5. El turismo comunitario Porque es factible realizar actividades conjuntas con el morador y el turista que nunca ha vivido la experiencia de sembrar o cosechar productos agrícolas, cuidar o alimentar al ganado, compartir productos de consumo natural como leche con tostado o caminatas en el campo 6. El turismo de negocios Porque existen personas que les interesa participar en conversatorios, exposiciones, seminarios, etc. | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 61.

Codificación selectiva: Transformación Rumiñahui.

| | |
|---|---|
| Tema: Transformación productiva en el cantón Rumiñahui. | Código reducido: Transformación Rumiñahui |
| Descripción con mayor amplitud conceptual: El cambio de la matriz productiva es cambiar la fuente de ingreso de un país y a este lo conforma cada uno de sus habitantes quienes serán los principales actores para dinamizar una economía en transformación, esto conlleva a mejorar actividades rutinarias y buscar cambios positivos o negativos, todo depende de la decisión que tome una empresa, sociedad o gobierno. Además la transformación productiva es equivalente a desarrollo tecnológico que contribuya a la industrialización y comercialización de productos y servicios hechos en territorio nacional pero con elevados avances tecnológicos. Al dejar esas actividades rutinarias y subir al siguiente peldaño es prudente innovar, invertir y agregar valor en nuevos sectores como el sector turístico, agrícola, metal mecánico, textil, energético, farmacéutico y muchos más, donde iniciara una evolución que buscara aumentar conocimientos e información, establecer reglas de perfeccionamiento, planificar cambios estructurados, mejorar infraestructura física externa e interna, cumplir con estándares de calidad certificados, crear industrias no contaminante y con responsabilidad social, aumentar los niveles de satisfacción de los clientes internos y externos, usar publicidad 2.0, crear nuevas razones y servicios complementarios para los clientes. | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 62.

Codificación selectiva: Medio ambiente Rumiñahui.

| | |
|---|---|
| Tema: Servicios ambientales en el cantón Rumiñahui. | Código reducido: Medio ambiente Rumiñahui |
| Descripción con mayor amplitud conceptual: Cómo pueden los operadores turísticos del cantón Rumiñahui alinearse a los servicios ambientales del cantón para cambiar su matriz productiva dependiente de la agroindustria y el comercio. La respuesta se fundamenta en los siguientes modelos; | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar campañas de reciclaje y educación en protección ambiental. 2. Incentivar económicamente a los moradores que proporcionen iniciativas para proteger y conservar la naturaleza. 3. Formar grupos comunitarios que aporten a impulsar el turismo pero responsable con el medio ambiente y que por dicho trabajo se les confiera una contribución económica. 4. Fomentar campañas de reforestación a fin de contar con elegantes y agradables panoramas. 5. No limitar el reciclaje en la recolección de botellas plásticas. 6. Reutilizar y crear innovadores usos de basura en las instalaciones de la empresa. 7. Crear alianzas con las personas de reciclaje ambulante. 8. Crear compromisos con la conservación del medio ambiente en cada colaborador de la empresa. 9. No contaminar ríos a fin de apoyar el turismo con actividades, como; el senderismo, ciclismo y cabalgatas a la orilla de los ríos. | |
| Formato: Sampieri, (2006). Adaptado por el autor. | |

Cuadro 3. 63.

Codificación selectiva: Logística Rumiñahui.

| | |
|--|---|
| Tema: Transporte y logística en el cantón Rumiñahui. | Código reducido: Logística Rumiñahui. |
| Descripción con mayor amplitud conceptual: Cómo pueden los operadores turísticos del cantón Rumiñahui alinearse al transporte y logística del cantón para cambiar su matriz productiva dependiente de la agricultura y el comercio. La respuesta se fundamenta en los siguientes modelos; | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear transporte turístico para personas que no cuentan con un medio de transporte a los puntos turísticos del cantón. 2. Planificar la creación de establecimientos turísticos pero con servicios de parqueadero. 3. Usar medios de comunicación mundial como el internet para publicar las rutas de acceso a cada establecimiento turístico. 4. Tramitar señales de información en puntos de interés turístico ante la autoridad pública que mantenga jurisdicción para dichas autorizaciones. | |

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 64.

Codificación selectiva: Estrategias Rumiñahui.

| | |
|--|---|
| Tema: Estrategias para impulsar el turismo en el cantón Rumiñahui. | Código reducido: Estrategias Rumiñahui. |
|--|---|

Descripción con mayor amplitud conceptual:

De acuerdo a las opiniones vertidas en esta investigación se obtuvo una transformación de postura estratégica para promover el turismo en dos modalidades; moradores y operadores turísticos pero con el apoyo de las autoridades municipales.

1. Estrategias moradores

El turismo brota como una alternativa para mejorar las condiciones de vida y disminuir las disparidades para tener acceso a un buen vivir en el que cada familia posea más de lo necesario para vivir y no sobrevivir.

Para ello la sociedad debe sumarse a la lista de personas que contribuyan a la consecución de un solo objetivo y en este caso es cambiando la matriz productiva tradicionalista dependiente de recursos petroleros y agrícolas. Para alcanzar una dirección estratégica en cualquier área del sector turístico es necesario el empleo de las siguientes estrategias;

- Avivar el interés por conocer las culturas y tradiciones del cantón Rumiñahui.
- Proporcionar información de actividades y lugares turísticos.
- Culturizarse en el respeto y limpieza del espacio público.
- Capacitarse en materia turística y los diversos tipos de turismo.
- Ser un morador gentil, cortés, carismático y educado para crear un imán positiva con los visitantes.
- Usar medios publicitarios como el internet para exponer la belleza turística del cantón.
- Reforestar los espacios vacíos en casa.
- Organizar reuniones comunitarias con el afán de crear proyectos turísticos para comercializar productos y servicios complementarios y sustitutos para el turismo.

2. Estrategias operadores turísticos

Con la finalidad de mantener ventaja competitiva y diferenciar la oferta de productos y servicios para distinguirse ante otros competidores es necesario emplear las siguientes estrategias;

- Innovar servicios turísticos con precios asequibles.
- Promocionar el turismo a gran escala.
- Realizar convenios entre operadores turísticos para crear paquetes turísticos.
- Aumentar la amabilidad de sus colaboradores.
- Garantizar el bienestar y seguridad del turista de amenazas circunstanciales que pueden ser provocadas dentro del establecimiento turístico.
- Remodelar la infraestructura de los establecimientos turísticos un gran ejemplo de ello sería los diseños temáticos con identidad y valor cultural ecuatoriana.
- Crear proyectos amigables con el medio ambiente para mantener espacios limpios y sin contaminación.
- Realizar estudios sobre necesidades o expectativas del turista para mejorar los estándares de calidad de los paquetes turísticos.

3. Estrategias autoridades

En cuanto a las actuaciones de las autoridades municipales para apoyar a planes de actuación empresarial se destaca; la creación de más proyectos viales, publicidad y promoción del cantón a nivel nacional, aumento de vigilancia policial, crear reuniones con los grupos de interés turístico y controlar el cuidado del medio ambiente.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

Cuadro 3. 65.

Codificación selectiva: 

Tema:

Sugerencias para impulsar el turismo en el cantón Rumiñahui.

Código reducido: 

Descripción con mayor amplitud conceptual:

De acuerdo a las opiniones vertidas en esta investigación los principales inconvenientes a mejorar para impulsar el turismo en el cantón Rumiñahui, son;

- Dificultades de movilidad en zonas rurales por mal estado de puentes y vías y reducida señalización.
- Establecimientos turísticos con escasos parqueaderos.
- Aumento poblacional e inmobiliario en áreas productivas.
- Creación de camales clandestinos.
- Fenómeno social vandálico en patrimonio cultural y natural.
- Reducida vigilancia y control sanitario en servicios de alimentación colectiva.
- Reducidas normas de cortesía por sus habitantes.

De igual forma y de acuerdo a las opiniones extraídas los establecimientos turísticos que faltan para impulsar el turismo en el cantón Rumiñahui, son;

- Centros de alojamiento de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categoría.
- Centros de entretenimiento con guías profesionales de turismo quienes procuren una agradable experiencia a los turistas nacionales y extranjeros.
- Centros de comida y bebida con buenas prácticas de manufactura.
- Agencias de transporte turístico.
- Agencias de viajes que proporcionen información, promoción y venta de servicios turísticos en conjunto (alojamiento, entretenimiento, alimentación y transporte turístico).

Adicionalmente los medios publicitarios más solicitados;

- Publicidad 2.0 (internet).
- Publicidad televisiva.
- Publicidad radial.
- Publicidad impresa.

Y por ultimo y tal vez lo más importante el coraje para emprender un proyecto empresarial en el sector turístico.

Formato: Sampieri, (2006).

Adaptado por el autor.

2.3.2.5. Codificación Refinada: Generación de teorías, hipótesis, explicaciones.

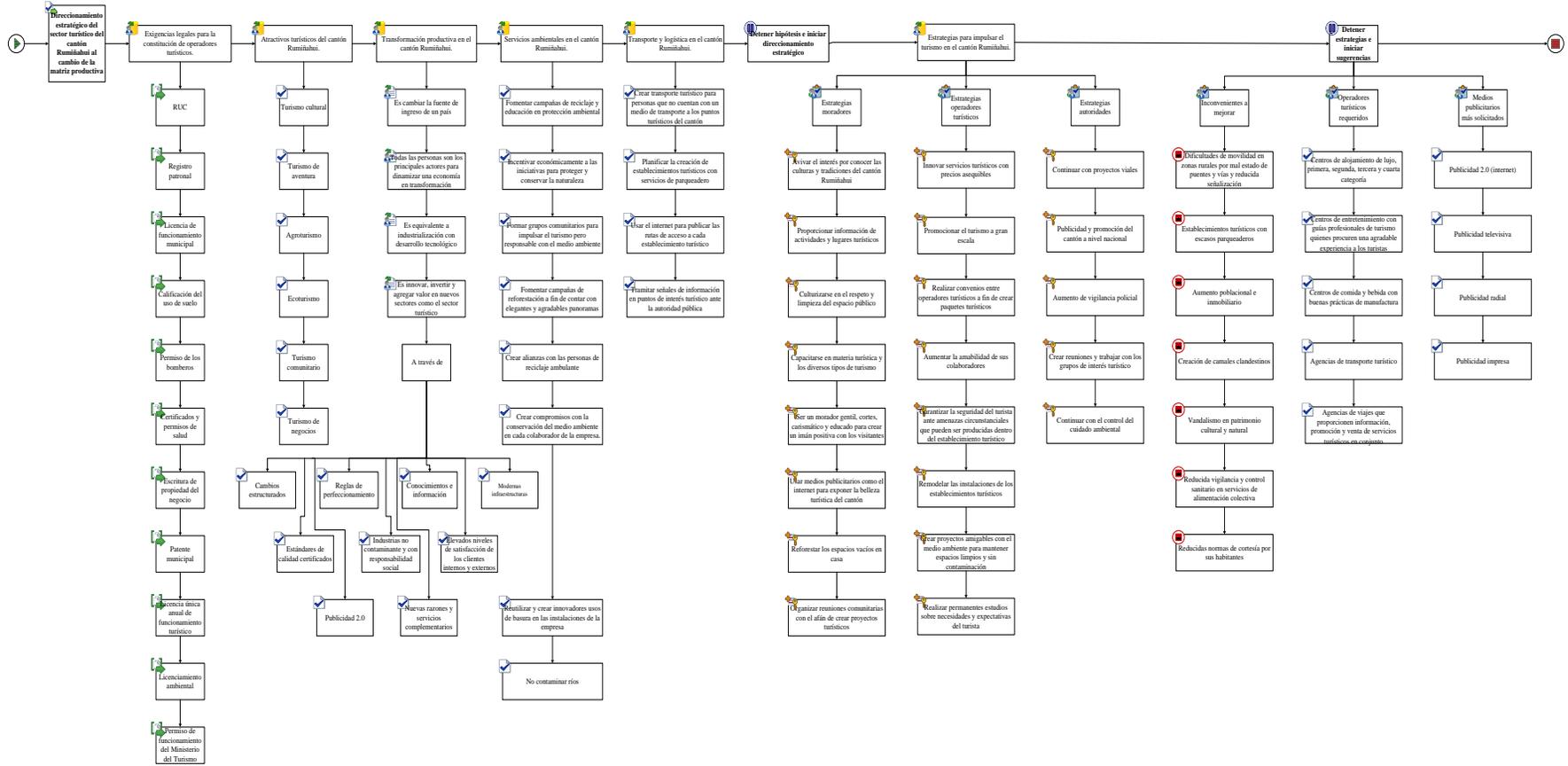


Figura 3. 4. Codificación refinada: Direccionamiento Estratégico del Sector Turístico del Cantón Rumiñahui al Cambio de la Matriz Productiva

3. Análisis Macroeconómico

3.1. Producto Interno Bruto (PIB).

De acuerdo al Banco Central del Ecuador en el tercer trimestre del año 2014, el Producto Interno Bruto del Ecuador fue de 17 542 millones de dólares, cifra equivalente a un 3.4%.

En cuanto a la variación inter-anual del PIB (3.4%), las actividades que presentaron mayor contribución fueron: Construcción, 0.90%; Actividades profesionales, técnicas y administrativas, 0.58%; y, Petróleo y minas, 0.57%. (BCE, 2015, p.12)

Mientras que el 0.05 % del PIB fueron del Sector alojamiento y servicios de comida; el 0.21% de Transporte; y, el 0.09% del PIB correspondieron a Otros servicios (entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios). (BCE, 2015, p.12)

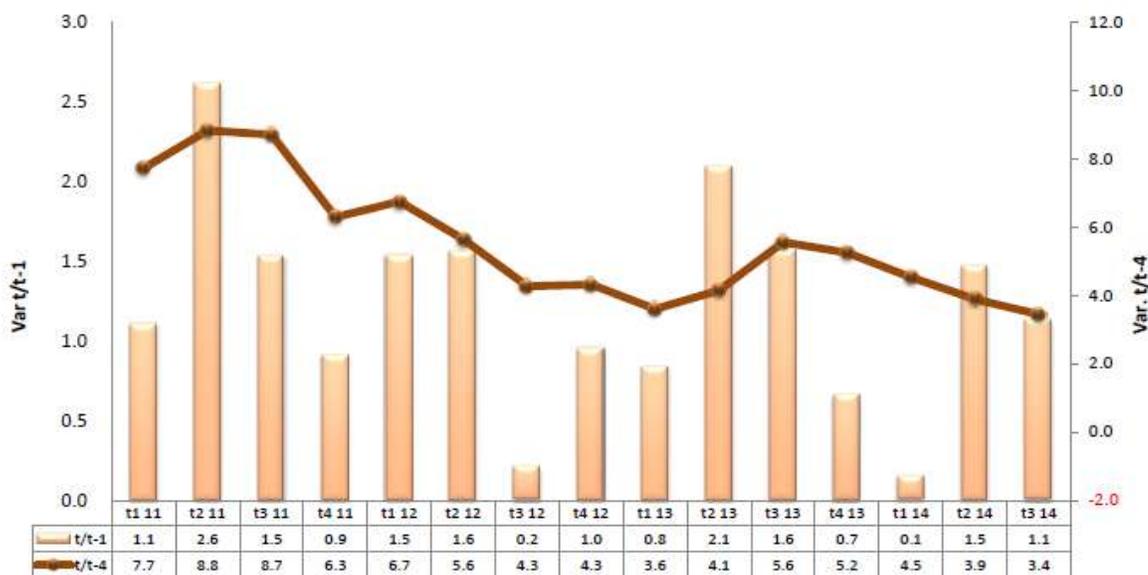


Figura 3. 5.Producto Interno Bruto - PIB, precios constantes de 2007, tasa de variación trimestral.

Fuente: BCE.

Elaborado: BCE, (2015).

3.2. Canasta Familiar.

El cálculo de la inflación debe integrarse con un conjunto de bienes y servicios que consumen los hogares o tienen la probabilidad de consumir mensualmente, a este conjunto lo denominamos canastas familiares. Se distinguen dos tipos de canastas: la básica familiar en la que se incluyen 75 productos, y la vital que contiene 73 productos. El ingreso mínimo que se considera en diciembre de 2014 es de 634,67 dólares en una familia constituida por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos de una remuneración básica unificada. Desde enero 2014 se incorporó el aumento salarial decretado por el Gobierno.

La canasta básica familiar en diciembre 2014 costó 646,30 dólares; lo cual implica que el ingreso familiar promedio cubre el 98,20% del costo total de la canasta familiar básica. El costo de la canasta básica aumentó en un 0,24% en referencia al mes anterior.

El ingreso actual cubre 98,20% del costo total de la canasta familiar básica, este valor es superior al valor de la cobertura de diciembre de 2013 en 2,59 puntos porcentuales.

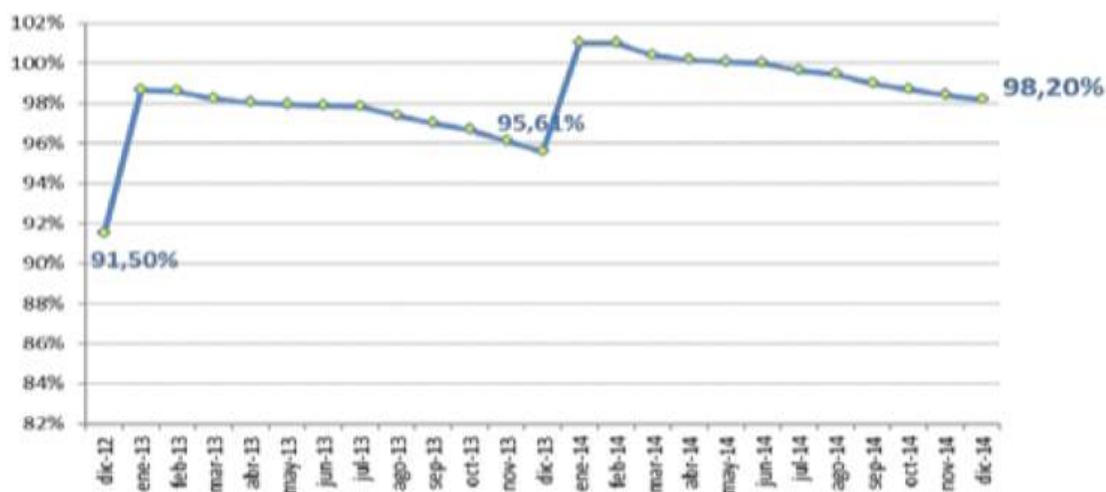


Figura 3. 6.Evolución de la cobertura del presupuesto familiar.

Fuente: INEC, (2014).

El valor de la Canasta Básica en la región Sierra fue de 649,73 dólares, la de la Costa es 646,96 dólares, siendo Cuenca la ciudad más cara con una canasta básica de 669,66 dólares. El valor de la Canasta Vital en la Sierra es de 468,38 dólares, la de la Costa es de 469,57 dólares.

Manta posee la canasta vital más elevada con un valor de 487,29 dólares.

Por su parte la Canasta Vital tuvo un costo de 466,59 dólares, generándose un excedente de 168,08 dólares del ingreso familiar. El costo de la canasta vital aumentó en un 0,48% en referencia al del mes anterior. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2014,pp.9-10)

3.3. Tasa de inflación.

La inflación anual en diciembre del 2014 alcanzó una variación de 3.67% valor que es superior al presentado en diciembre del año anterior 2.70 %.

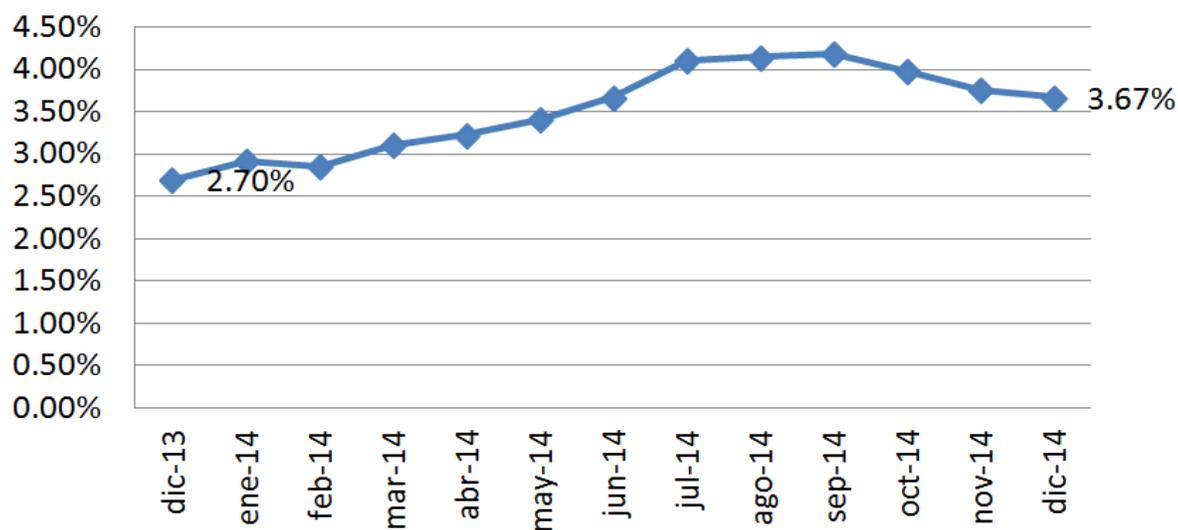


Figura 3. 7. Inflación anual 2013 – 2014, año base 2014 = 100
Fuente: BCE, (2014).

Sin embargo, si se compara la inflación anual ecuatoriana de noviembre de 2014 con la de los países miembros del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), se evidencia que

Ecuador posee la variación anual más baja que las de Chile, Brasil y Uruguay. (INEC, 2014,p.11)

3.4. Ocupación plena, subempleo y desempleo.

Para septiembre 2014, la tasa de ocupación plena urbana se ubica en 54,02% mientras que, en el mismo periodo del año anterior, fue de 50,5%; un incremento anual de 3,5 puntos porcentuales (estadísticamente significativo al 95% de confianza). La tasa de subempleo urbano, para septiembre 2014, es de 40,9%; esto implica una disminución de 1,8 puntos porcentuales respecto al 42,7% del mismo periodo del año anterior. Sin embargo, esta variación no estadísticamente significativa. Finalmente, para septiembre 2014, la tasa de desempleo urbano es del 4,7%, mientras que para septiembre 2013 fue de 4,6%, lo cual implica un incremento de 0,1 puntos porcentuales, que no es estadísticamente significativo al 95% confianza. (INEC, 2014, pp.8-9)

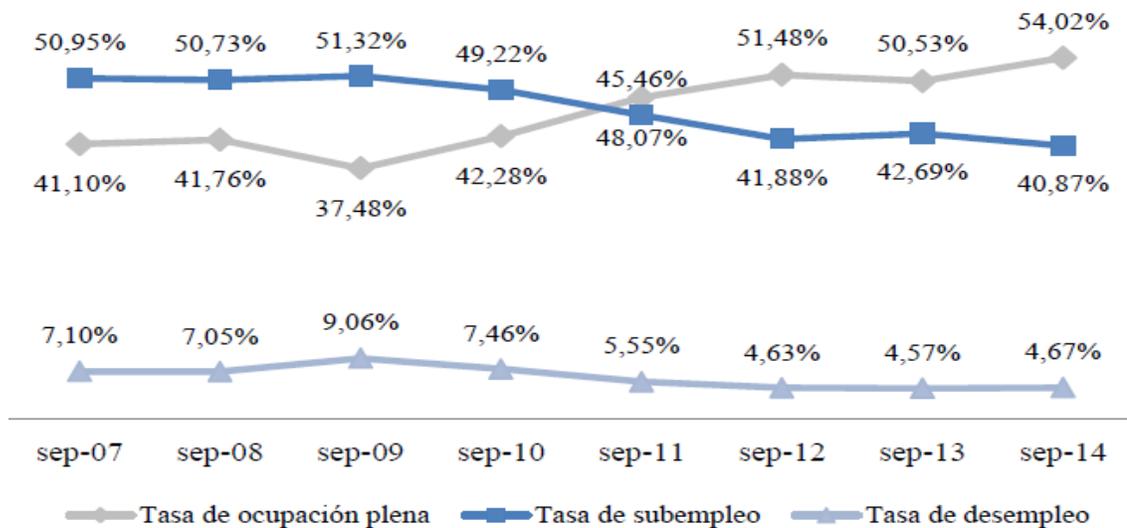


Figura 3. 8. Tasa de ocupación plena, tasa de subempleo y tasa de desempleo a nivel urbano, septiembre 2007-2014.

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).
Elaborado: BCE, (2014)

3.5. Línea de pobreza y pobreza extrema.

A diciembre del 2014, aproximadamente 23 de cada 100 ecuatorianos disponían ingresos menores a USD 81.04 al mes. (BCE, 2014, p.7)



Figura 3. 9.Línea de pobreza y pobreza extrema, dic. 2008 - dic. 2014 (Dólares).

Fuente: ENEMDU.

Elaborado: BCE, (2014).

3.6. Tasa de interés.

Segmentos de crédito: se realizaron propuestas de segmentación de crédito a partir de las consideraciones surgidas en las reuniones de trabajo lideradas por el Ministerio Coordinador de la Política Económica, con la participación de la Superintendencia de Bancos, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y el Banco Central del Ecuador.

La nueva segmentación de crédito mantiene consistencia con los objetivos de política monetaria y financiera y en particular, es un marco referencial fundamental para alcanzar los fines de la política de tasas de interés, relacionados con inclusión financiera, crecimiento económico y seguridad financiera.

Además, esta nueva segmentación de crédito busca unificar los esquemas de segmentación vigentes de la SB y del BCE, y corregir los problemas de los mismos, tales como, el arbitraje de tasas de interés, que se presentan por ambigüedad o duplicidad en los criterios de clasificación de los segmentos, incapacidad de distinción

entre crédito productivo y comercial por falta de un segmento específico (comercial en la segmentación del BCE y productivo en la de la SB) y la falta de incentivos para la promoción del crédito educativo y vivienda de interés público, entre otros (BCE,2014,pp.8-9).

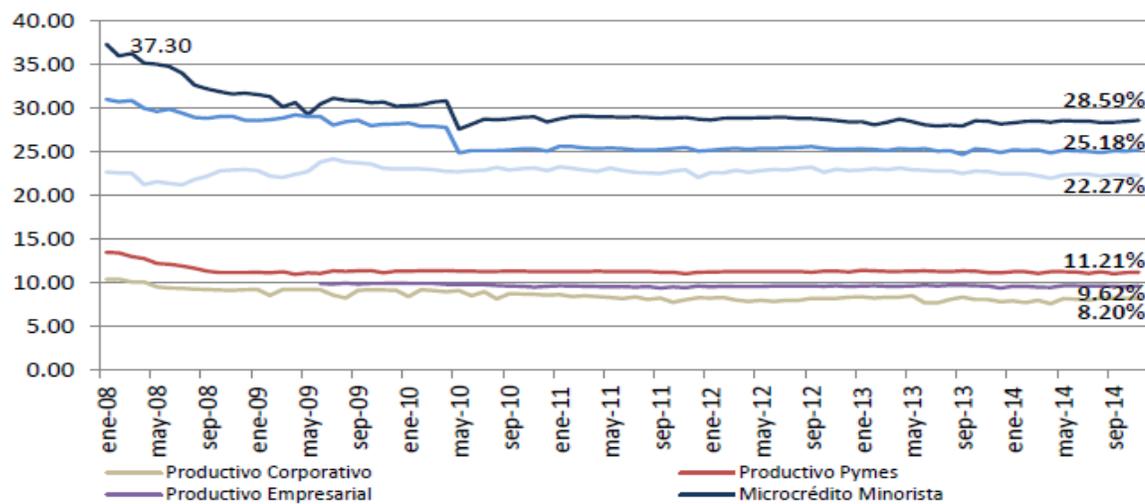


Figura 3. 10. Tasas de Interés por segmentos de crédito, en porcentajes, ene.2008 – nov.2014.
Fuente: BCE.
Elaborado: BCE, (2014).

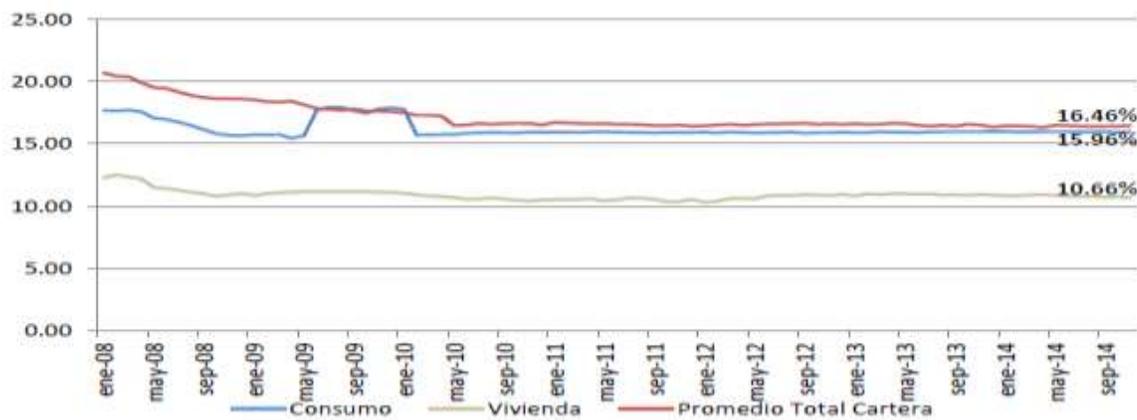


Figura 3. 11. Tasas de interés por segmentos de crédito, en porcentajes, ene.2008 – nov.2014.
Fuente: BCE
Elaborado: BCE, (2014).

4. Análisis Microeconómico

4.1. Oferta.

Cuadro 3. 66.

Atractivos turísticos de Sangolquí, San Rafael, San Pedro de Taboada, Rumipamba y Cotogchoa.

| | | | |
|--|-------------------|--|--|
| Patrimonio cantonal | Espacios públicos | Parque Juan de Salinas | |
| | | Plaza César Chiriboga | |
| | | Plaza Cívica Rumiñahui | |
| | | Monumento al Colibrí | |
| | | Monumento a la Mazorca | |
| | | Parque Eduardo Kigman (San Rafael) | |
| | | Parque Central de la Parroquia Cotogchoa | |
| | | Conjunto de la Iglesia el Señor de los Puentes | |
| | | Parque Turismo | |
| | | Plaza 31 de mayo | |
| | | Parque Central de la Parroquia San Pedro | |
| | | Mausoleo del prócer Juan de Salinas. | |
| | | Religiosas | Iglesia San Juan Bautista de Sangolquí |
| | | | Capilla de San Francisco |
| Casa Parroquial San Juan Bautista de Sangolquí | | | |
| Iglesia El Señor de los Puentes | | | |
| Iglesia de San Juan de Cotogchoa | | | |
| Capilla Nuestra Señora del Rosario de Mushuñán | | | |
| Iglesia de San Pedro de Taboada | | | |
| Capilla de Chillo Compañía | | | |
| Capilla de La Hacienda San Isidro | | | |
| Capilla de la ex fábrica San Juan | | | |
| Culturales | Casa Museo Kigman | | |
| | Vernácula Rural | Edificaciones antiguas en San Pedro de Taboada | |
| Sector antiguo de Cotogchoa | | | |
| Edificaciones antiguas en Fajardo | | | |
| Sector antiguo de Jatumpungo | | | |
| Sector antiguo de Curipungo | | | |
| Sector antiguo de San Fernando | | | |
| Sector antiguo de Loreto | | | |

Fuente: GADMUR, (2012).

Adaptado por el autor.

(Continúa)



Cuadro 3.66.

Atractivos turísticos de Sangolquí, San Rafael, San Pero de Taboada, Rumipamba y Cotogchoa.

| | | |
|-----------------------------------|-------------------|--------------------------------|
| Patrimonio cantonal | Casas de Hacienda | Hacienda Chillo Compañía |
| | | Hacienda Bolivia |
| | | Hacienda Santa Rosa de Lima |
| | | Hacienda San Nicolás |
| | | Hacienda Concepción |
| | | Hacienda Santa Clara |
| | | Hacienda Santa Rosa |
| | | Hacienda La Carriona |
| | | Hacienda Capelo |
| | | Hacienda San Isidro |
| | | Hacienda San Luis |
| | | Hacienda la Merced de Villota |
| | | Hacienda Miraflores |
| | | Hacienda San Agustín |
| | | Hacienda la Merced de Robalino |
| | | Hacienda el Cortijo |
| | | Hacienda San Sebastián |
| | | Hacienda de San Antonio |
| | | Hacienda del Suro |
| | | Hacienda Miraflores |
| Hacienda La Esmeraldita | | |
| Hacienda La Leticia | | |
| Hacienda La Esperanza | | |
| Hacienda Las Magnolias del Carmen | | |
| Hacienda Las Acacias | | |
| Patrimonio natural | Sangolquí | Mirador de Jatumpungo |
| | | Cascada de Pinllocoto |
| | | Cascada de Molinuco |
| | Rumipamba | Cascada del Río Pita |
| | | Reserva ecológica Rumibosque |
| | | Cascada Vilatuña |
| | | Cascada Cóndor Machay |
| | | El Vallecito |
| | | Mirador de la Moca |
| | | Hacienda Santa Rita |
| | | Rincón del Cóndor. |
| | | La Caldera |
| | | Cotogchoa |

Fuente: GADMUR, (2012).
Adaptado por el autor

(Continúa)



Cuadro 3.66.

Atractivos turísticos de Sangolquí, San Rafael, San Pero de Taboada, Rumipamba y Cotogchoa.

| | |
|------------------------|--|
| Eventos | La semana santa |
| | El pase del niño |
| | Fiesta y procesión de la virgen del rosario en Mushuñan |
| | Domingo de ramos |
| | Fiestas del Maíz y del turismo |
| | Corridas de toros de pueblo |
| | El desfile de las "Carretas del Roció" |
| | Cantonización |
| | El desfile cívico militar |
| | Sesión solemne en el salón Municipal |
| | La posta Chasqui Kena-Huancara, cuyo recorrido es de Pillaro a Sangolquí, a una distancia de 130 Km. |
| | La cabalgata Identidad Rumiñahui se realiza por todas las parroquias del Cantón Rumiñahui. |
| | Fiestas de Sn Pedro de Taboada |
| | La fiesta de Corpus Cristi |
| | La en honor al Patrono San Juan Bautista |
| | La virgen del Quinche |
| | La virgen del cisne |
| | Fiesta de la virgen de la Peña |
| | Fiesta chacarera |
| | Platos típicos |
| Cuyes a la brasa | |
| Fritada | |
| Yahuarlocro | |
| Seco de chivo | |
| Caldo de patas | |
| Ají de librilla | |
| Caldo de treinta y uno | |
| Caldo de gallina | |
| Morcillas de chancho | |
| Tamales | |
| Humitas | |
| Empanadas y ají de cuy | |

Fuente: GADMUR, (2012).

Adaptado por el autor

4.2. Demanda.

Los mercados principales para Ecuador están estructurados por cuatro regiones emisoras importantes:

- Norteamérica: EEUU y Canadá
- Europa: España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos.
- MERCOSUR: Argentina, Chile y Brasil.
- Países Vecinos: Colombia y Perú. (T&L, 2009,p.10)

4.3. Líneas de producto.

De acuerdo al Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014, el mayor peso del turismo por tipo de producto se lleva; el turismo cultural, ecoturismo y el de aventura. (T&L, 2009, p.48)

Cuadro 3. 67.

Objetivos por tipología producto

| Objetivos por tipología de producto | Nivel Notoriedad (Actual) | Nivel Notoriedad (A futuro) | Presencia en Canal | Llegadas de visitantes(% sobre el total de llegadas internacionales a Ecuador) |
|--|---------------------------|-----------------------------|--------------------|--|
| 1. Turismo cultural | Media-Alta | Alta | Alta | 23% |
| 2. Ecoturismo y turismo de naturaleza | Alta | Alta | Alta | 22% |
| 3. Turismo de deportes y aventura | Media | Alta | Alta | 20% |
| 4. Turismo comunitario | Baja | Media-Alta | Media-Alta | 10% |
| 5. Turismo de convenciones y congresos | Baja | Media-Alta | Media | 15% |
| 6. Turismo de cruceros | Media | Media-Alta | Media | 5% |
| 7. Sol y playa | | | | |
| 8. Turismo de salud | De nicho u oportunidad | De nicho | De nicho | 5% |
| 9. Agroturismo | | | | |
| 10. Parques temáticos | | | | |

Nota: Niveles de notoriedad y presencia en canal para mercados internacionales (en trade, medios y visitante final)

Fuente: MINTUR, (2009).

Adaptado por autor

4.4. Competencia

Destacados destinos turísticos en los alrededores del Cantón Rumiñahui.

- Reserva de Bosque Nublado Mindo.
- Centro Histórico Quito.
- Teleférico.
- Parque Arqueológico Cochasqui.
- Mitad del Mundo.
- Reserva Geobotánica Pululahua.
- Volcán Cayambe (MINTUR,2014,p.1).

5. Análisis F.O.D.A.

5.1. Matrices F.O.D.A.

Cuadro 3. 68.

Análisis interno: fortalezas

| ORD. | FORTALEZAS (Factores, recursos o características internas positivas que posee el sector turístico en el cantón Rumiñahui en mejores condiciones que la competencia) | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|-------------|--|--|
| F1 | Buenas condiciones climáticas. | Veranos frescos y cálidos en la gran cantidad de meses del año. |
| F2 | Amplia gama de ecosistemas y biodiversidad. | Seductores paisajes en flora y fauna andino. |
| F3 | Ubicación cantonal estratégica. | El Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre y el Aeropuerto Internacional Cotopaxi se encuentran cercanos al cantón Rumiñahui. |
| F4 | Valioso patrimonio cultural. | Varias expresiones y actividades culturales en fiestas patrimoniales. |
| F5 | Extensa gama de actividades turísticas. | Actividades de gran aventura o pequeña aventura (camping, pesca deportiva, canopy, tarabita, senderismo, cabalgatas, observación de flora y fauna, etc.) |
| F6 | Amplios sectores gastronómicos. | Elaboración de platos típicos (hornado, cuy, fritada, yaguar loco, cariucho, chicha, helado de paila, pristiños, choclos con queso, etc.) |
| F7 | Interés en lenguas extranjeras. | Establecimientos turísticos motivados a capacitarse en idiomas. |
| F8 | Varias redes de conectividad con Quito, Pintag y Amaguaña. | La vinculación de turistas desde Rumiñahui a otros puntos de encuentro turístico regional. |

Formato UDI.AI.01

Cuadro 3. 69.

Análisis interno: debilidades

| ORD. | DEBILIDADES (Factores, recursos o características internas negativas que posee el sector turístico en el cantón Rumiñahui que limitan su accionar y la hacen vulnerable) | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|-------------|---|--|
| D1 | Mal estado vial en zonas rurales. | Difícil acceso a la Hacienda Patichubamba "Refugio Ecológico Molinuco" y al "Centro Recreacional Ecológico la Gran Cascada del Pita "por vías y puentes en mal estado. |
| D2 | Escasos parqueaderos en establecimientos turísticos. | Difícil acceso a los establecimientos de comida de Selva Alegre por vehículos estacionados en vía pública. |
| D3 | Camales clandestinos. | El cierre del camal municipal ha provocado creación de mataderos para abastecer la demanda cárnica de Restaurantes. |
| D4 | Vandalismo en patrimonio cultural y natural. | Bienes culturales grafitados. |
| D5 | Reducida vigilancia y control sanitario. | Pocos establecimientos de comida y bebida con buenas prácticas de manufactura. |
| D6 | Falta de información turística. | No hay agencias turísticas que promoción información en el cantón Rumiñahui. |
| D7 | Congestión vehicular. | Tráfico en la vía principal Av. General Enríquez en festividades y fines de semana. |
| D8 | Escasas líneas de transporte turístico. | Uso de transporte público para conectividad con los puntos de encuentro turístico. |

Formato UDI.AI.02

Cuadro 3. 70.

Análisis externo: oportunidades

| ORD. | OPORTUNIDADES (Todos aquellos eventos del entorno potencialmente favorables para el sector turístico en el cantón Rumiñahui, que de ocurrir o presentarse, deben ser aprovechados) | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|-------------|---|--|
| O1 | Creación del portal de constitución electrónica de compañías. | Disminución de procedimientos legales para creación de empresas en la Superintendencia de Compañías. |
| O2 | Reestructuración institucional del MINTUR. | Leyes y políticas nuevas para impulsar el turismo a nivel internacional. |
| O3 | Porcentaje de población activa creciente. | Incremento de la tasa de ocupación plena y disminución del subempleo. |
| O4 | Crecimiento económico y seguridad financiera. | Control en los criterios para establecer tasas de interés. |
| O5 | Promoción turística a nivel internacional. | Campaña publicitaria "ALL YOU NEED IS ECUADOR" impulsada por el MINTUR. |
| O6 | Supresión mutua de visas de turismo entre China y Ecuador. | Ingreso de turistas asiáticos. |

Formato UDI.AE.01

Cuadro 3. 71.

Análisis externo: amenazas

| ORD. | AMENAZAS (Todos aquellos eventos del entorno desfavorables para el sector turístico en el cantón Rumiñahui, que de ocurrir o presentarse complicarían el desempeño y retrasarían su desarrollo) | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|-------------|--|--|
| A1 | Inseguridad. | Incertidumbre por secuestro exprés y actos delincuenciales. |
| A2 | Aumento inflacionario y dificultades económicas. | Volatilidad en el precio del petróleo. |
| A3 | Deforestación. | Aumento de proyectos inmobiliarios. |
| A4 | Aumento migratorio. | Desplazamiento poblacional de zonas rurales a zonas urbanas. |
| A5 | Hepicentros. | Riesgos sísmicos en parroquias cercanas (Quito año 2014). |
| A6 | Peligros volcánicos. | Riesgos asociados al Volcán Cotopaxi (Lahares y ceniza). |

Formato UDI.AE.02

5.2. Matrices priorización.

Cuadro 3. 72.

Análisis interno: fortalezas

| ORD. | FORTALEZAS | PRIORIZACIÓN | | |
|------|--|--------------|------------|-----------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| F1 | Buenas condiciones climáticas. | X | | |
| F2 | Amplia gama de ecosistemas y biodiversidad. | X | | |
| F3 | Ubicación cantonal estratégica. | X | | |
| F4 | Valioso patrimonio cultural. | X | | |
| F5 | Extensa gama de actividades turísticas. | | x | |
| F6 | Amplios sectores gastronómicos. | X | | |
| F7 | Interés por lenguas extranjeras. | | | x |
| F8 | Varias redes de conectividad con Quito, Pintag y Amaguaña. | X | | |

Formato UDI.MP.01

Cuadro 3. 73.

Análisis interno: debilidades

| ORD. | DEBILIDADES | PRIORIZACIÓN | | |
|------|--|--------------|------------|-----------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| D1 | Mal estado vial en zonas rurales. | x | | |
| D2 | Escasos parqueaderos en establecimientos turísticos. | | x | |
| D3 | Camales clandestinos. | x | | |
| D4 | Vandalismo en patrimonio cultural y natural. | | | x |
| D5 | Reducida vigilancia y control sanitario. | x | | |
| D6 | Falta de información turística. | x | | |
| D7 | Congestión vehicular. | x | | |
| D8 | Escasas líneas de transporte turístico. | x | | |

Formato UDI.MP.02

Cuadro 3. 74.

Análisis externo: oportunidades

| ORD. | OPORTUNIDADES | PRIORIZACIÓN | | |
|------|---|--------------|------------|-----------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| O1 | Creación del portal de constitución electrónica de compañías. | x | | |
| O2 | Reestructuración institucional del MINTUR. | x | | |
| O3 | Porcentaje de población activa creciente. | x | | |
| O4 | Crecimiento económico y seguridad financiera. | | x | |
| O5 | Promoción turística a nivel internacional. | x | | |
| O6 | Supresión mutua de visas de turismo entre China y Ecuador. | x | | |

Formato UDI.MP.03

Cuadro 3. 75.

Análisis externo: amenazas

| ORD. | AMENAZAS | PRIORIZACIÓN | | |
|------|--|--------------|------------|-----------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| A1 | Inseguridad. | x | | |
| A2 | Aumento inflacionario y dificultades económicas. | x | | |
| A3 | Deforestación. | | | x |
| A4 | Aumento migratorio. | x | | |
| A5 | Hepicentros. | | | x |
| A6 | Peligros volcánicos. | | | x |

Formato UDI.MP.04

5.3. Matrices resumen.

Cuadro 3. 76.

Matriz resumen FODA

ANÁLISIS INTERNO

| FORTALEZAS | |
|------------|--|
| F1 | Buenas condiciones climáticas. |
| F2 | Amplia gama de ecosistemas y biodiversidad. |
| F3 | Ubicación cantonal estratégica. |
| F4 | Valioso patrimonio cultural. |
| F5 | Extensa gama de actividades turísticas. |
| F6 | Amplios sectores gastronómicos. |
| F7 | Interés por lenguas extranjeras. |
| F8 | Varias redes de conectividad con Quito, Pintag y Amaguaña. |

DEBILIDADES

| | |
|----|--|
| D1 | Mal estado vial en zonas rurales. |
| D2 | Escasos parqueaderos en establecimientos turísticos. |
| D3 | Camales clandestinos. |
| D4 | Vandalismo en patrimonio cultural y natural. |
| D5 | Reducida vigilancia y control sanitario. |
| D6 | Falta de información turística. |
| D7 | Congestión vehicular. |
| D8 | Escasas líneas de transporte turístico. |

ANÁLISIS EXTERNO

| OPORTUNIDADES | |
|---------------|---|
| O1 | Creación del portal de constitución electrónica de compañías. |
| O2 | Reestructuración institucional del MINTUR. |
| O3 | Porcentaje de población activa creciente. |
| O4 | Crecimiento económico y seguridad financiera. |
| O5 | Promoción turística a nivel internacional. |
| O6 | Supresión mutua de visas de turismo entre China y Ecuador. |

AMENAZAS

| | |
|----|--|
| A1 | Inseguridad. |
| A2 | Aumento inflacionario y dificultades económicas. |
| A3 | Deforestación. |
| A4 | Aumento migratorio. |
| A5 | Hepicentros. |
| A6 | Peligros volcánicos. |

5.4. Matrices de correlación.

Cuadro 3. 77.

Matriz de correlación F - O

| MATRIZ DE CORRELACION F-O Correspondencia o relación recíproca GRUPO Turismo PONDERACIÓN DE LA RELACIÓN: En que grado la fortaleza F nos permitiría aprovechar la oportunidad O ALTA = 5 MEDIA = 3 BAJA = 1 NULA = 0 FORTALEZAS | | O P O R T U N I D A D E S | | | | | | TOTAL | PRIORIZACIÓN |
|---|---|---|--|---|---|--|--|--------------|---------------------|
| | | | | | | | | | |
| | | Creación del portal de constitución electrónica de compañías. | Reestructuración institucional del MINTUR. | Porcentaje de población activa creciente. | Crecimiento económico y seguridad financiera. | Promoción turística a nivel internacional. | Supresión mutua de visas de turismo entre China y Ecuador. | | |
| F1 | Buenas condiciones climáticas. | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 3 | 13 | 0.0985 |
| F2 | Amplia gama de ecosistemas y biodiversidad. | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 3 | 13 | 0.0985 |
| F3 | Ubicación cantonal estratégica. | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 5 | 15 | 0.1136 |
| F4 | Valioso patrimonio cultural. | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 3 | 13 | 0.0985 |
| F5 | Extensa gama de actividades turísticas. | 3 | 3 | 5 | 0 | 5 | 5 | 21 | 0.1591 |
| F6 | Ámplios sectores gastronómicos. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 28 | 0.2121 |
| F7 | Interés por lenguas extranjeras. | 0 | 3 | 3 | 0 | 5 | 5 | 16 | 0.1212 |
| F8 | Varias redes de conectividad con Quito, Pintag y Amagaña. | 0 | 0 | 5 | 0 | 5 | 3 | 13 | 0.0985 |
| TOTAL | | 8 | 11 | 38 | 5 | 40 | 30 | 132 | 1.0000 |
| PRIORIZACIÓN | | 0.0606 | 0.0833 | 0.2879 | 0.0379 | 0.3030 | 0.2273 | 1.0000 | |

Cuadro 3. 78.

Matriz de correlación D - A

| MATRIZ DE CORRELACION D-A Correspondencia o relación recíproca GRUPO Turismo PONDERACIÓN DE LA RELACIÓN: En que grado la debilidad D nos hace vulnerables a la amenaza A ALTA = 5 MEDIA = 3 BAJA = 1 NULA = 0 | | A M E N A Z A S | | | | | | TOTAL | PRIORIZACIÓN |
|---|--|------------------------|--|----------------|---------------------|--------------|----------------------|--------------|---------------------|
| | | | | | | | | | |
| DEBILIDADES | | Inseguridad. | Aumento inflacionario y dificultades económicas. | Deforestación. | Aumento migratorio. | Hepicentros. | Peligros volcánicos. | | |
| D1 | Mal estado vial en zonas rurales. | 3 | 1 | 1 | 0 | 3 | 3 | 11 | 0.1038 |
| D2 | Escasos parqueaderos en establecimientos turísticos. | 5 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 9 | 0.0849 |
| D3 | Camales clandestinos. | 3 | 1 | 1 | 5 | 0 | 0 | 10 | 0.0943 |
| D4 | Vandalismo en patrimonio cultural y natural. | 5 | 1 | 5 | 1 | 0 | 0 | 12 | 0.1132 |
| D5 | Reducida vigilancia y control sanitario. | 1 | 1 | 1 | 5 | 0 | 0 | 8 | 0.0755 |
| D6 | Falta de información turística. | 5 | 0 | 1 | 5 | 3 | 3 | 17 | 0.1604 |
| D7 | Congestión vehicular. | 5 | 0 | 1 | 5 | 5 | 5 | 21 | 0.1981 |
| D8 | Escasas líneas de transporte turístico. | 5 | 0 | 0 | 3 | 5 | 5 | 18 | 0.1698 |
| TOTAL | | 32 | 5 | 11 | 24 | 17 | 17 | 106 | 1.0000 |
| PRIORIZACIÓN | | 0.3019 | 0.0472 | 0.1038 | 0.2264 | 0.1604 | 0.1604 | 1.0000 | |

5.5. Matrices defensiva.

Cuadro 3. 79.

Matriz defensiva F – O

| FORTALEZAS/ OPORTUNIDADES | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS |
|--------------------------------------|--|
| F1/O3 | Crear actividades turísticas de aventura y deporte, ecoturismo aprovechando condiciones climáticas. |
| F1/O5 | Producir y reproducir videos temáticos donde se observen las actividades turísticas que se ofrecen en el cantón. |
| F1/O6 | Crear paquetes turísticos para turistas asiáticos y otros extranjeros. |
| F2/O3 | Incentivar económicamente a los moradores que proporcionen iniciativas para proteger y conservar la naturaleza. |
| F2/O5 | Fomentar campañas de reforestación a fin de contar con elegantes y agradables panoramas. |
| F2/O6 | No contaminar ríos a fin de apoyar el turismo con actividades, como; el senderismo, ciclismo y cabalgatas a la orilla de los ríos. |
| F3/O3 | Crear transporte turístico para personas que no cuentan con un medio de transporte a los puntos turísticos del cantón. |
| F3/O5 | Crear agencias turísticas del cantón en aeropuertos más cercanos y otras partes de la provincia. |
| F3/O6 | Estudiar idiomas asiáticos y otros extranjeros. |
| F4/O3 | Avivar el interés por conocer las culturas y tradiciones del cantón Rumiñahui para impulsar el turismo cultural. |
| F4/O5 | Usar medios publicitarios 2.0 para exponer la belleza turística del cantón. |
| F4/O6 | Ser gentil, cortes, carismático y educado para crear un imán positivo con los visitantes. |
| F5/O1 | Crear establecimientos turísticos de alojamiento, transporte turístico, agencias de viaje y entretenimiento. |
| F5/O2 | Capacitar al personal con los seminarios o conferencias que ofrece el MINTUR. |
| F5/O3 | Innovar servicios turísticos con precios asequibles. |
| F5/O5 | Promocionar el turismo a gran escala en medios publicitarios tradicionales; televisivos y radiales. |
| F5/O6 | Remodelar la infraestructura de los establecimientos turísticos. |
| F6/O1 | Crear establecimientos de comida y bebida con buenas prácticas de manufactura. |
| F6/O2 | Participar en los eventos y ferias que organiza el MINTUR. |
| F6/O3 | Mejorar la presentación de los platos típicos. |
| F6/O4 | Invertir en infraestructura y tecnología. |
| F7/O3 | Crear actividades recreacionales para turistas con gustos en común. |
| F8/O3 | Planificar la creación de establecimientos turísticos pero con servicios de parqueadero. |
| F8/O5 | Usar medios de comunicación para publicar las rutas de acceso a cada establecimiento turístico. |
| F8/O6 | Tramitar señales de información en puntos de interés turístico ante la autoridad pública que mantenga jurisdicción para dichas autorizaciones. |

Formato UDI.IE.01

Cuadro 3. 80.

Matriz defensiva D - A

| DEBILIDADES/ AMENAZAS | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS |
|----------------------------------|--|
| D1/A1 | Mejorar las vías de acceso a los puntos de encuentro turístico. |
| D1/A5 | Crear medidas de contingencia y simulacros para posibles sismos. |
| D1/A6 | Auto gestionar medidas de contingencia ante riesgos volcánicos. |
| D2/A1 | Crear parqueaderos con cámaras de vigilancia privada. |
| D3/A4 | Crear camal con altos niveles de salubridad. |
| D4/A1 | Aumentar la vigilancia policial. |
| D4/A3 | Crear medidas comunitarios para impulsar el turismo responsable con el medio ambiente. |
| D5/A4 | Aumentar control sanitario en lugares de expendio de alimentos. |
| D6/A1 | Crear agencias turísticas que proporcionen información, promoción y venta de servicios turísticos. |
| D7/A1 | Usar rutas alternas para conectar al turista con el operador turístico. |
| D8/A1 | Aumentar información sobre el transporte turístico del cantón. |

Formato UDI.IE.02

6. Análisis de la matriz productiva en el Ecuador

Desde el 17 de febrero del 2013 inicia el cambio a la matriz productiva en el Ecuador con miras a mejorar las condiciones de vida, minorar los índices de pobreza, optimizar los servicios de salud y vivienda, apoyar el paralelismo de oportunidades entre sus habitantes y soportar la crisis económica mundial. Y como país tercermundista, este cambio sin duda no sería posible, manteniendo una economía dependiente de recursos petroleros y exportaciones agrícolas, en los que no se acrecienten los niveles de industrialización dentro de la producción del país y tampoco se de valor agregado a la materia prima para lo cual es prudente desafiliar urgentemente al país de economías dependientes de recursos petroleros y aprovechar nuevos sectores económicos como el turismo.

El 06 de mayo de 2013 el Presidente de la República, Rafael Correa Delgado mediante Decreto Ejecutivo N° 1505, en el Artículo 1, creó el Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva, con la finalidad de planificar, coordinar, articular y dar seguimiento a las políticas y acciones que desarrollen las distintas instituciones que conforman la Función Ejecutiva y tengan relación con el cambio de la matriz productiva, en el marco de la planificación y desarrollo nacional (Vicepresidencia de la Republica del Ecuador , 2015,p.1)

Por lo tanto todas y todos están llamados a transformar sus industrias, llamados a mejorar e invertir en instrucción formal que origine el perfeccionamiento y conservación de innovaciones constantes en un largo plazo bien estructurado ganando así trabajadores competitivos científica y técnicamente en conocimiento y habilidades, consientes de trabajar por su propio bienestar, el de la empresa, el de la sociedad y el de su familia, siendo responsabilidad de cada uno de los ecuatorianos llevar a cabo el cambio de la matriz productiva.

Pero la pregunta ineludible frente al objetivo general y el resto de objetivos entorno al cambio seria evidenciar si ¿El Ecuador está listo para apoyar el reto de cambiar su modelo económico primario exportador y dependiente petrolero? que de acuerdo a la cámara de la pequeña y mediana empresa de Pichincha [CAPEIPI] algunos sectores como la industria alimenticia, la industria química, el sector metal mecánico, la industria textil y el sector de la construcción se encuentran en etapa de transición con notables inconvenientes para alinearse a dicho cambio. Sin embargo

es prudente priorizar la búsqueda de prontas soluciones para lograr adaptarse al cambio y colaborar con dicho propósito de transformación.

Bajo este esquema, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 establece políticas y metas en el objetivo 10 que direccionan a “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.

Dentro de las políticas indica lo siguiente:

- En el numeral 10.1 se define “Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional”.
- En el numeral 10.2 se define “Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales”.
- En el numeral 10.3 se define “Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios”.
- En el numeral 10.4 se define “Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero”.
- En el numeral 10.5 se define “Fortalecer la economía popular y solidaria -EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas -Mipymes- en la estructura productiva”.
- En el numeral 10.6 se define “Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva”.
- En el numeral 10.7 se define “Impulsar la inversión pública y la compra pública como elementos estratégicos del Estado en la transformación de la matriz productiva”.
- En el numeral 10.8 se define “Articular la gestión de recursos financieros y no financieros para la transformación de la matriz productiva”.
- En el numeral 10.9 se define “Impulsar las condiciones de competitividad y productividad sistémica necesarias para viabilizar la transformación de la matriz productiva y la consolidación de estructuras más equitativas de generación y distribución de la riqueza”.

Dentro de las metas indica lo siguiente:

- En el numeral 10.1 se define “Incrementar la participación de exportaciones de productos con intensidad tecnológica alta, media, baja y basado en recursos naturales al 50.0%”.
- En el numeral 10.2 se define “Reducir las importaciones no petroleras de bienes primarios y basados en recursos naturales en un 40.5%”.
- En el numeral 10.3 se define “Aumentar la participación de la industria manufacturera al 14.5%”.
- En el numeral 10.4 se define “Alcanzar el 20.0% de participación de la mano de obra calificada”.
- En el numeral 10.5 se define “Disminuir la concentración de la superficie regada a 60 veces”.
- En el numeral 10.6 se define “Reducir la intermediación de productos de pequeños y medianos productores en 33%”.
- En el numeral 10.7 se define “Revertir la tendencia en la participación de las importaciones en el consumo de alimentos agrícolas y cárnicos y alcanzar el 5.0%”.
- En el numeral 10.8 se define “Aumentar a 64 % los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales”.
- En el numeral 10.9 se define “Reducir a 12 días el tiempo necesario para iniciar un negocio”.

En este marco, solo resta iniciar la transformación que todos esperan tenga positivos resultados para disminuir el desempleo y “las líneas de pobreza y pobreza extrema que se encuentran por debajo de los USD 81.04 al mes” (BCE, 2014, p.7) en el país.

7. Análisis de la matriz productiva en el sector turístico

El turismo en diversas formas de práctica, sean por placer o negocios, es una de las actividades de entretenimiento que se ha venido desarrollando en los últimos años, esta actividad ha permitido generar recursos económicos para sociedades con bajo poder adquisitivo, el turismo hoy en día se ha inclinado a sustentar comunidades a través de actividades turísticas, como; el turismo comunitario, cultural, religioso, de aventura, ecoturismo, agroturismo, como una de las formas para disfrutar del relax que la naturaleza y sus diversos ecosistemas ofrecen en un ambiente armonioso lleno de placeres naturales como las melodías producidas por el cantar de las aves y animales silvestres que acompañan la práctica deportiva y de aventura como el canopy, el tubing, y demás actividades que distraen a turistas activos o pasivos que disfrutan de observar la práctica de dichos deportes.

Según medios internacionales especializadas del sector turístico ubican al Ecuador como uno de los destinos más importantes en el ranking establecido por expertos.

- Ecuador ha sido ubicado en el 1er lugar como el mejor país para retirados en el mundo por algunos años consecutivos.
- Ecuador ocupa 4to lugar en categoría “Mejor en Viajes” de Lonely Planet.
- Islas Galápagos, las mejores de América según Travel + Leisure.
- Ecuador entre los diez más importantes destinos para Turismo de Aventura según el portal digital Switchback Viajes.
- National Geographic premia a Ecuador, proyecto Yachana Lodge, con el reconocimiento al mejor proyecto de desarrollo sustentable y geoturismo. (Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR, 2012, p.15)

El cambio de la matriz productiva exige la creación de un nuevo modelo de desarrollo turístico muy lejano a discontinuos proyectos de impulsión turística tradicionalistas que impedían generar estrategias bien claras para cerciorar el crecimiento turístico en el Ecuador. Las mencionadas estrategias son:



Figura 3. 12. Articulación de estrategias a los ejes de cambio de la Matriz de Transformación Productiva
Fuente: Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo, (s/f)

Estas estrategias permitirán direccionar a los operadores turísticos existentes o a los futuros emprendimientos, en el camino para una afiliación en materia turística que garantice la producción de productos y servicios turísticos con elevados estándares de calidad. De acuerdo a la Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo, “las llegadas de turistas internacionales se incrementará en 43 millones por año en promedio. Se pronostica un aumento en número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo del 3.3 % anual en promedio en el periodo de 2010-2030” (Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo, (s/f), p.4).

Visitas extranjeras que se han segmentado por edades, nivel de educación y estado civil con la finalidad de establecer el mercado objetivo de cada establecimiento turístico que planea direccionar sus esfuerzos al mercado extranjero.

En el caso de la segmentación por edades, el mayor peso lo llevan las personas entre 18 y 34 años, probablemente son personas con rasgos definidos de personalidad y en proceso de superación profesional de tercero o cuarto nivel de educación superior que trabajan o tienen alguna actividad económica para cubrir sus gastos.



Figura 3. 13. Edades del visitante extranjero
Fuente: Ministerio de Turismo, (2014).

En el caso de la segmentación por nivel de educación, el peso lo llevan las personas con estudios en tercer nivel, sin restar a los visitantes de secundaria y maestría, que en el primero y tercer caso puede suponerse gustos y preferencias más selectiva debido a su solvencia económica, mientras que en el caso adolescente de estudios secundarios sus gustos irían orientados a actividades de aventura.

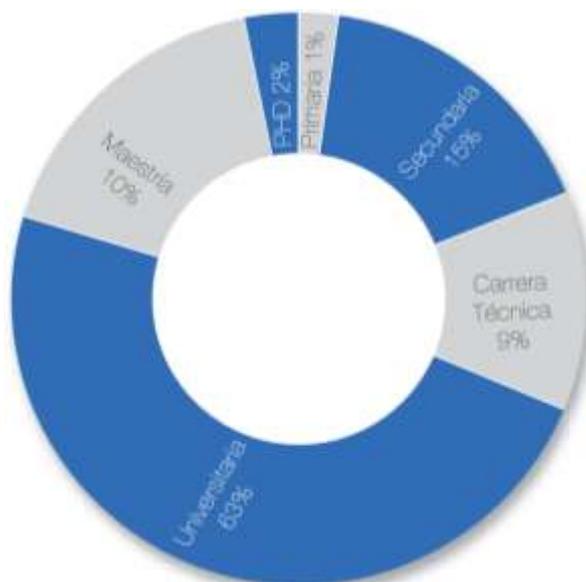


Figura 3. 14. Nivel de educación del visitante extranjero
Fuente: Ministerio de Turismo, (2014).

Otra de las segmentaciones es por estado civil del visitante extranjero, que comparten el mismo nivel porcentual de visitas, casados como solteros.

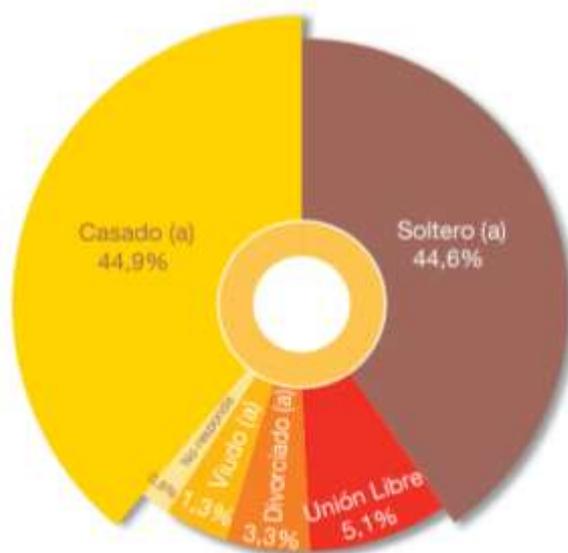


Figura 3. 15.Estado civil del visitante extranjero
Fuente: Ministerio de Turismo, (2014).

Entre estos segmentos de mercado las actividades realizadas son; el turismo cultural con 73.8 %, el ecoturismo con 21.0%, sol y playa con 10.2%, turismo de deportes y aventura con 3.9%, el turismo de salud con 2.7%, el turismo comunitario con 1.3%, parques temáticos con 1.3% y otros con 1.3%(MINTUR, 2014, pp.36-37).

En este marco, el turismo no queda limitado a mercados extranjeros, en lugar de eso queda abierta las franjas de exploración de mercados domésticos, donde propios y nativos de un país puedan hacer uso de su potencial turístico, a la vez que aportan a dinamizar su economía en sectores poco desarrollados como el turismo.

8. Análisis de la alineación del cantón Rumiñahui a la matriz productivo

Todo proyecto de desarrollo en entidades públicas debe estar alineado a la transformación productiva según a la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]. Por tanto el jueves 26 de febrero del 2015 se socializo la actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial con visión al 2025, esta socialización se realizo con la finalidad de iniciar el proceso de elaboración y actualización de un plan que permita establecer políticas y metas claras para alinearse a la transformación productiva (Revista Rumiñahui y su gente, edición N. 02, 15 de marzo del 2015, p.3).

9. Análisis de la situación actual del turismo en el cantón Rumiñahui

Entre las actividades turísticas realizadas en el cantón Rumiñahui se encuentran; las de operaciones de alojamiento cortas, actividades de restaurantes, actividades recreativas y otras actividades de servicios personales.

9.1. Operaciones de alojamiento cortas.

El número total de empresas que ofrecen esta actividad turística es de 13 empresas en el cantón Rumiñahui, de las cuales 5 han obtenido financiamiento en el año 2009 y 6 en el año 2010 requieren financiamiento para invertir en tecnología, capacitación, manejo de desechos e investigación.

Tabla 3. 2.

Actividad de alojamiento para estancias cortas

| Detalle | Total del mercado | Promedio por negocio |
|--|-------------------|----------------------|
| Monto de ingreso promedio | 700.158,99 | 53.858,38\$ |
| Ventas promedio | 549.804 | 42.292,62\$ |
| Gastos promedio | 433.793,28 | 33.368,71\$ |
| Número de empleados | 73 | 6 |
| Mujeres | 37 | 3 |
| Hombres | 36 | 3 |
| Empresas que obtuvieron financiamiento(2009) | 5 | 39% |
| Empresas que requieren financiamiento(2010) | 6 | 46% |
| Uso de internet | 6 | 46% |
| Gastos en capacitación | 2 | 15% |
| Gastos en manejo de desechos | 1 | 8% |
| Gastos en investigación | 1 | 8% |

Fuente: INEC, (2015).

Adaptado por el autor.

Adicionalmente, este tipo de operadores turísticos mantienen un margen de contribución del 21.1% por institución, margen que comparados con el costo fijo de cada establecimiento de alojamiento permitirá determinar el punto de equilibrio entre sus ingresos y gastos.

9.2. Operaciones de comida y bebida.

El número total de empresas que ofrecen esta actividad turística es de 492 empresas en el cantón Rumiñahui, de las cuales 80 han obtenido financiamiento en el año 2009 y 183 en el año 2010 requieren financiamiento para invertir en tecnología, capacitación, manejo de desechos e investigación.

Tabla 3. 3.

Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas

| Detalle | Total del mercado | Promedio por negocio |
|--|--------------------------|-----------------------------|
| Monto de ingreso promedio | 2.825.986,99 | 5.743,88\$ |
| Ventas promedio | 16.818.677,28 | 34.184,30\$ |
| Gastos promedio | 12.545.128,14 | 25.498,23\$ |
| Número de empleados | 1.422 | 3 |
| Mujeres | 923 | 2 |
| Hombres | 499 | 1 |
| Empresas que obtuvieron financiamiento(2009) | 80 | 16% |
| Empresas que requieren financiamiento(2010) | 183 | 37% |
| Uso de internet | 11 | 2% |
| Gastos en capacitación | 18 | 4% |
| Gastos en manejo de desechos | 2 | 0% |
| Gastos en investigación | 2 | 0% |

Fuente: INEC, (2015).
Adaptado por el autor.

Adicionalmente, este tipo de operadores turísticos mantienen un margen de contribución del 25.41% por establecimiento de comida y bebida.

9.3. Operaciones de entretenimiento.

El número total de empresas que ofrecen esta actividad turística es de 11 empresas en el cantón Rumiñahui, de las cuales 2 han obtenido financiamiento en el año 2009 y 3 en el año 2010 requieren financiamiento para invertir en tecnología, capacitación, manejo de desechos e investigación.

Tabla 3. 4.

Otras actividades de esparcimiento y recreativos N.C.P.

| Detalle | Total del mercado | Promedio por negocio |
|--|--------------------------|-----------------------------|
| Monto de ingreso promedio | 989.700,00 | 89.972,73\$ |
| Ventas promedio | 148.433,71 | 13.493,97\$ |
| Gastos promedio | 96.900,99 | 8.809,18\$ |
| Número de empleados | 19 | 2 |
| Mujeres | 10 | 1 |
| Hombres | 9 | 1 |
| Empresas que obtuvieron financiamiento(2009) | 2 | 18% |
| Empresas que requieren financiamiento(2010) | 3 | 27% |
| Uso de internet | 2 | 18% |
| Gastos en capacitación | 2 | 18% |
| Gastos en manejo de desechos | 0 | 0% |
| Gastos en investigación | 0 | 0% |

Fuente: INEC, (2015).

Adaptado por el autor.

Adicionalmente, este tipo de operadores turísticos mantienen un margen de contribución del 34.72% por establecimiento de entretenimiento.

9.4. Otras actividades

El número total de empresas que ofrecen esta actividad turística es de 9 empresas, probablemente entre ellas se encuentran actividades como transporte turístico, agencias de turismo o servicios complementarios y sustitutos al turismo que permiten completar la oferta turística del cantón Rumiñahui.

Tabla 3. 5.

Otras actividades de servicios personales

| Detalle | Total del mercado | Promedio por negocio |
|--|--------------------------|-----------------------------|
| Monto de ingreso promedio | 82.250,00 | 9.138,89\$ |
| Ventas promedio | 69.647,99 | 7.738,67\$ |
| Gastos promedio | 55.401 | 6.155,67\$ |
| Número de empleados | 16 | 2 |
| Mujeres | 10 | 1 |
| Hombres | 6 | 1 |
| Empresas que obtuvieron financiamiento(2009) | 1 | 11% |
| Empresas que requieren financiamiento(2010) | 2 | 22% |
| Uso de internet | 3 | 33% |
| Gastos en capacitación | 1 | 11% |
| Gastos en manejo de desechos | 0 | 0% |
| Gastos en investigación | 0 | 0% |

Fuente: INEC, (2015).

Adaptado por el autor.

Adicionalmente, este tipo de operadores turísticos mantienen un margen de contribución del 20.46% por otras actividades de servicios personales.

En resumen, el margen de contribución que ofrece cada una de ellos es considerable para crear emprendimientos en el campo turístico, pues comparando con los resultados obtenidos en la investigación de mercado, la inversión inicial en la mayoría de establecimientos rodearon los 2000,00 \$ sin construcción física.

10. Propuesta de alineación del turismo al transporte y logística del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva

El transporte y logística en el sector turístico forman parte fundamental para la conectividad de los turistas con los puntos de encuentro turístico, las agencias de viaje son las encargadas de contactarse con el establecimiento de transporte turístico para proveer este tipo de información en cuanto a transporte aéreo, marítimo, fluvial o terrestre o a su vez el propio turista puede programar un viaje con la agencia de transporte de su preferencia. En el caso de transporte terrestre turístico es necesario tener una compañía autorizada por la Agencia Nacional de Tránsito y el Ministerio de Turismo, quienes prohibirán prestar servicios públicos distintos a los de turismo. En el cantón Rumiñahui es nula la existencia de este servicio, por lo tanto queda abierta la creación de una agencia de transporte terrestre turístico, para iniciar estas agencias podrían hacer recorridos inter-parroquiales de modo que cuyas rutas pasen por lugares estratégicos del cantón y sectores vecinos, las cuales puedan ser publicadas en medios publicitarios 2.0, para comunicar la existencia de este servicio o a su vez se podrían instalar dispositivos GPS en vehículos y sistemas Android que faciliten acceso a los distintos tramos o localización del vehículo turístico, previa a esta iniciativa será necesario crear alianzas con establecimientos de entretenimiento, establecimientos de comida y bebida y establecimientos de alojamiento por las cuales se va a diseñar las rutas de transporte turístico. Posterior a la llegada del turista al lugar de encuentro turístico y para asegurar la calidad del servicio, este no terminaría en la facilidad de acceso a información, al contrario sería el inicio para agregar valor al servicio y aumentar los nivel de satisfacción del cliente, por lo tanto es recomendable empezar a ofrecer emociones y nuevas experiencias, en las que el turista se olvide de sus actividades rutinarias y se hunda en el entretenimiento que a través de un recorrido en motoneta, vehículos cuatro por cuatro, bicicletas, chivas, etc. puedan tener para disfrutar del paisajismo, de la cálida brisa en su rostro, de los paseos por los terrenos agrícolas o montañosos, de recorridos para conocer las instalaciones del establecimiento turístico, claro que esto dependerá de la disponibilidad que tenga el turista pues a todos no les apasiona la aventura, pero sea cual sea el nicho de mercado esta será una experiencia inolvidable del buen servicio que un turista puede tener en el cantón Rumiñahui.

11. Propuesta de alineación del turismo a los servicios ambientales del cantón Rumiñahui al cambio de la matriz productiva

La destrucción de bosques, la pérdida de capacidad de producción de los suelos agrícolas, la violación de los ecosistemas, el aumento inmobiliario, los desechos tóxicos, el comercio de animales silvestres, la degradación de ríos, en si la contaminación ambiental son algunas de las factores para amenazar el bienestar de las generaciones venideras, problema que más allá de quemar el turismo en una nación, es un problema social que perjudica a todos los seres humanos.

Tal vez si un pequeño aporte de todos y todas se sumara, probablemente este problema no aquejaría a muchos en un futuro o ahora que se está viviendo muchos cambios climáticos, inundaciones, sequias, etc.

Por lo tanto la recomendación se orienta a los establecimientos turísticos del cantón Rumiñahui, para que formen parte de proyectos ambientales que mantiene el Ministerio del Ambiente, por ejemplo uno de ellos es el “Siembratron” para obtener guinness de reforestación mundial, a realizarse el 16 de mayo del 2015 a las 8:30 de la mañana en diversas ciudades de país, este proyecto se realizara con el apoyo del Nestle y el Movimiento Scout de Ecuador, el objetivo de este proyecto es que más de 350000 plantas se siembren instantáneamente en 150 puntos del país. El Ministerio realizo un llamado a toda la ciudadanía para sumarse a esta causa y a través de fotografías sembrando un árbol publicarlas a través del hashtag.

O a su vez estos establecimientos turísticos se sumen a aquellas empresas con responsabilidad social que mantienen; buenas prácticas ambientales, fichas y planes de manejo ambiental o licencias ambientales. Es prudente indicar que probablemente, esto conlleve costos pero ante una imagen responsable frente al cliente este no se podrá negar a sumarse a dicha diligencia, de modo que a través de promociones turísticas, todos intervengan para minimizar los problemas ambientales y reducir la generación de residuos.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

1. Discusiones y Líneas de Investigación

Hipótesis: Los establecimientos turísticos del cantón Rumiñahui demuestran tener discrepancias entre sus competidores, factor que imposibilita impulsar el turismo en gran escala.

Línea 1: Evaluación y consolidación de relaciones coyunturales entre establecimientos turísticos del cantón Rumiñahui.

Objetivo: Investigar las relaciones coyunturales que impiden el encadenamiento de establecimientos turísticos del cantón Rumiñahui.

Hipótesis: Turistas y moradores confundidos entre los atractivos turísticos del cantón Rumiñahui, el Distrito Metropolitano de Quito y el cantón Mejía.

Línea 2: Re-inventarío de los atractivos turísticos culturales y naturales del cantón Rumiñahui.

Objetivo: Aclarar el inventario turístico dentro de los límites territoriales del cantón Rumiñahui, del resto de cantones colindantes.

Hipótesis: Turistas desconformes con las medidas técnicas para realizar actividades de aventura (canopy) en establecimientos turísticos de entretenimiento.

Línea 3: Estudio sobre los niveles de satisfacción del turista extranjero y nacional: Medidas técnicas como calidad en la atención de centros de entretenimiento turístico del cantón Rumiñahui.

Objetivo: Examinar los niveles de satisfacción del turista extranjero y nacional frente a problemas de servicio turístico para cumplir con una correcta atención del cliente en centros de entretenimiento turístico del cantón Rumiñahui.

Hipótesis: El tubing, una actividad recreativa para impulsar el turismo de aventura en el cantón Rumiñahui.

Línea 4: Propuesta de actividades turísticas lacustres en el Rio Pita del cantón Rumiñahui.

Objetivo: Crear y desarrollar actividades turísticas lacustres en el Rio Pita del cantón Rumiñahui a fin de promocionar el turismo deportivo y de aventura.

Hipótesis: Los establecimientos turísticos del cantón Rumiñahui no poseen proyectos amigables con la conservación del medio ambiente.

Línea 5: Impacto ambiental provocados por establecimientos de alojamiento, entretenimiento, comida y bebida y transporte turísticos del cantón Rumiñahui.

Objetivo: Analizar el impacto ambiental de los establecimientos de alojamiento, entretenimiento, comida y bebida y transporte turísticos del cantón Rumiñahui.

Hipótesis: Para impulsar el turismo comunitario es necesario contar con financiamiento, los moradores desconocen que instituciones y que créditos pueden tramitarse para dicho efecto.

Línea 6: Líneas de crédito y exigencias financieras: proyectos turísticos comunitarios.

Objetivo: Investigar las líneas de crédito y exigencias financieras para apalancar proyectos turísticos comunitarios.

Hipótesis: Los habitantes del cantón Rumiñahui pueden cambiar fácilmente sus actividades **económicas** tradicionales de comercio y agricultura a nuevas actividades como el turismo.

Línea 7: Estudio sobre la incidencia del turismo y la predisposición de los habitantes del cantón Rumiñahui para cambiar su actividad económica tradicional.

Objetivo: Determinar la incidencia del turismo y la predisposición de los habitantes del cantón Rumiñahui para cambiar su actividad económica tradicional.

Hipótesis: Los establecimientos de comida y bebida del cantón Rumiñahui cuentan con reducida vigilancia sanitaria para controlar las prácticas de manufactura de productos alimenticios.

Línea 8: Evaluación de las prácticas de manufactura de los establecimientos dedicados a elaborar, almacenar, distribuir y comercializar productos alimenticios en el cantón Rumiñahui.

Objetivo: Analizar las prácticas de manufactura de los centros de expendio alimenticio a fin de crear técnicas para manipular y ofrecer productos con altos niveles de salubridad.

Hipótesis: Los turistas valoran las costumbres, los rituales, las creencias y lengua quechua de los ecuatorianos.

Línea 9: Promoción del turismo cultural en el cantón Rumiñahui: surgimiento de prácticas y expresiones ancestrales.

Objetivo: Investigar las prácticas y expresiones ancestrales en el cantón Rumiñahui a fin de impulsar del turismo cultural.

Hipótesis: La delincuencia, los secuestros exprés, los asaltos y el vandalismo han aumentado en los últimos años, afectando a nativos y turistas.

Línea 10: Propuesta de fortalecimiento de seguridad turística en el cantón Rumiñahui.

Objetivo: Crear mecanismos de vigilancia comunitaria para fortalecer la seguridad turística en el cantón Rumiñahui.

Hipótesis: Con la transformación productiva en Ecuador, la creación de empresas en el sector turístico se ha facilitado.

Línea 11: Gestión turística en Ecuador: impuestos y beneficios.

Objetivo: Analizar la normativa legal por línea de producto y actividad turística para crear empresas turísticas en Ecuador.

Hipótesis: Los establecimientos **turísticos** del cantón Rumiñahui desconocen como las salvaguardias pueden aportar favorablemente en sus actividades turísticas.

Línea 12: Políticas y restricciones de importación en contexto turístico: medidas de protección ante la caída en el precio del petróleo.

Objetivo: Analizar las políticas y restricciones de importación en contexto turístico a fin de afrontar la caída en el precio del petróleo.

BIBLIOGRAFÍA

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, I. (17 de Febrero de 2014). *Encuesta de Turismo Internacional*. Obtenido de <http://www.indec.mecon.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>
- Jer-Ming, R. (2014). *Estrategias para alcanzar el cambio de la matriz productiva en Taiwán, logros y aprendizajes*. Obtenido de http://media.wix.com/ugd/c803ae_11cd6c31ecdf454f892ff8f55d891905.pdf
- Leon, S. (25 de Febrero de 2013). *Ecuador transforma su matriz productiva para lograr mayor competitividad*. Obtenido de <http://www.comunicacion.gob.ec/ecuador-transforma-su-matriz-productiva-para-lograr-mayor-competitividad-video/>
- Ministerio de Agricultura, G. A. (s/f). *Servicios Ambientales*. Obtenido de <http://ecuadorforestal.org/informacion-s-f-e/bienes-y-servicios-del-bosque/servicios-ambientales/>
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas del Ecuador [MTOPE], M. (17 de Mayo de 2013). *Plan Estratégico de Movilidad (PEM) El primer paso firme hacia la transportación del futuro*. Obtenido de http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/05/20-05-2013_Reportaje-Especial_PEM.pdf
- Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], N. (2005). *Bienes y servicios ambientales en México: caracterización preliminar y sinergias entre protección ambiental, desarrollo del mercado y estrategia comercial*. Obtenido de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/0/26130/L2463-P.pdf>
- Organización Mundial del Turismo, O. (2007). *Entender el Turismo : Glosario Básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

- Parreño, R. (2013). *Matriz Productiva: El Momento Ideal es Ahora*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/736.pdf>
- PROECUADOR. (s/f). *Transporte y Logística*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/sector11/>
- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Rumiñahui, G. A. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2012-2025*. Obtenido de <http://www.ruminahui.gob.ec/sites/default/files/DIAGNOSTICO%20PDYOT.pdf>
- Salgado, S. (2012). *La filosofía de Aristoteles*. Obtenido de <http://guindo.pntic.mec.es/ssag0007/filosofica/aristoteles-duererias.pdf>
- Senplades. (2013). *Objetivo Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.biess.fin.ec/files/ley-transparencia/plan-nacional-del-buen-vivir/Resumen%20PNBV%202013-2017.pdf>
- Turismo, M. (09 de Enero de 2008). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. En R. Hernandez Sampieri, C. Fernands-Collado, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (págs. 524-741). Iztapalapa, Mexico D. F.: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Palacios, B., Sanchez, C., & Gutierrez, A. (2012). Actas del II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación y del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación (Segovia, 2-3 de mayo de 2013). *Evaluar la calidad en la investigación cualitativa. Guías o*

Checklists (págs. 581-596). Segovia: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (UVa-Segovia). Obtenido de Evaluar la calidad en la investigación cualitativa. Guías o Checklists:

file:///C:/Users/DARILUZ/Downloads/Dialnet-

EvaluarLaCalidadEnLaInvestigacionCualitativaGuiasO-4229112.pdf

Díaz, L. F. (2005). *Análisis y planteamiento*. Costa Rica: EUNED.

Ecuador.ec, F. (05 de Junio de 2013). *Listado de Aeropuertos de Ecuador*. Obtenido de : <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/directorio/172-listado-de-aeropuertos-de-ecuador>

MINTUR. (2015). *Registro Centros de Turismo comunitario*. Obtenido de : <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/item/registro-centros-de-turismo-comunitario/107>

MINTUR. (2015). *Registro de Agencias de Viajes*. Obtenido de : <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-agencias-de-viajes/109>

MINTUR. (2015). *Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas*. Obtenido de : <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110>

MINTUR. (2015). *Registro de Transporte Terrestre Turístico*. Obtenido de : <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-transporte-terrestre-turistico/108>

Pichincha, G. d. (s/f). *Diagnóstico Sectorial*. Obtenido de : http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/pgd/1diagnostico/2apichcompet/20_turismo.pdf

Video Noticiero Ecuador TV (Dirección). (06 de Febrero de 2015). *Impacto campaña All you need is Ecuador en Super Bowl* [Película].

Barriga S., F. (s/f). *El petróleo y la crisis económica mundial: una mezcla explosiva*. Obtenido de :

https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika001/polemika001_007_articulo003.pdf

BCE. (2014). *Banco Central del Ecuador, Rendición de cuentas 2014*. Obtenido de http://www.bce.fin.ec/images/rendicion_cuentas/INFORME%20LUDICO%20PRELIMINAR.pdf

BCE. (2014). *Reporte de pobreza , desigualdad y mercado laboral urbano*. Obtenido de : <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/PobrezaDic2014.pdf>

BCE, B. C. (17 de Marzo de 2015). *Banco Central del Ecuador Rendicion de Cuenta 2014*. Obtenido de : http://www.bce.fin.ec/images/rendicion_cuentas/INFORME%20LUDICO%20PRELIMINAR.pdf

BCE, B. C. (2015). *Estadísticas Macroeconómicas Presentación Coyuntural del Banco Central del Ecuador*. Obtenido de : <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro022015.pdf>

Castellanos, L. (2013). El turismo en un Ecuador megadiverso. *Revista Gestion N201*, 46-50. Obtenido de El turismo en un Ecuador megadiverso.

Castro, B. C., Naranjo, M., Pareja, F., & Montufra, M. (1999). *Ecuador*. Obtenido de : <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/8/4648/ECUADOR.pdf>

Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo. (s/f). *Perspectivas del Turismo Ecuatoriano, Tendencias Mundiales y en el Ecuador*. Obtenido de Perspectivas del Turismo Ecuatoriano, Tendencias Mundiales y en el Ecuador: http://www.uct.edu.ec/files/Seminarios-de-investigacion/PERSPECTIVAS_DEL_TURISMO_ECUATORIANO.pdf

- Ecuador, V. d. (05 de Abril de 2015). *Comite cambio de la matriz productiva*.
Obtenido de : <http://www.vicepresidencia.gob.ec/comite-cambio-de-la-matriz-productiva/>
- El Universo. (07 de Enero de 2015). China y Ecuador acuerdan supresión mutua de visados de turismo. *El Universo noticias del Ecuador y del mundo*, 1.
- INEC. (2014). *Indicadores Laborales Septiembre 2014*. Obtenido de :
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/10/Informe-Econom%C3%ADa-laboral-sep14-15-10-14.pdf>
- L, T. (2009). *Plan integral de marketing turístico de Ecuador , PIMTE 2014*.
Obtenido de : http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf
- MINTUR. (Agosto de 2011). *Propuesta de norma técnica de turismo de aventura*.
Obtenido de :
http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2011/08/Norma_Tecnica_Canopy_final.pdf
- MINTUR. (04 de Abril de 2014). *Destinos del Ecuador*. Obtenido de Destinos del Ecuador: <http://viajaprimeroecuador.com.ec/provincia/19>
- Noticias, A. U. (06 de Mayo de 2015). *Ecuador promueve 'Siembratón' para establecer récord Guinness en reforestación masiva y simultánea*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-promueve-siembraton-establecer-record-guinness-reforestacion-masiva-simultanea.html>
- Ordoñez, M. (Abril de 2001). *El turismo en la economía ecuatoriana: la situación laboral desde una perspectiva de género*. Obtenido de :
http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5876/S0104330_es.pdf?sequence=1

PROECUADOR, D. (Noviembre de 2012). *Análisis sectorial de turismo*. Obtenido de : http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf

[INEC], I. N. (Diciembre de 2014). *Reporte inflación diciembre 2014*. Obtenido de : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/InflacionDiciembre2014/Reporte_de_inflacion_dic_2014.pdf