



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: DISEÑO DE UN PROGRAMA DE FOMENTO TURÍSTICO
DEL SECTOR “LA MERCED”, PARROQUIA MACHACHI,
CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA**

AUTORA: ANDREA DANIELA CHANGOLUISA CUMBAJIN

DIRECTORA: ING.MARICELA DE LOS ANGELES PULLOQUINGA N.

LATACUNGA

2016



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE FOMENTO TURÍSTICO DEL SECTOR “LA MERCED”, PARROQUIA MACHACHI, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA**, realizado por **ANDREA DANIELA CHANGOLUISA CUMBAJIN** ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con requisitos, teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a **ANDREA DANIELA CHANGOLUISA CUMBAJIN** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 11 de Agosto del 2016.

Ing. Maricela Pulloquina

DIRECTORA



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **ANDREA DANIELA CHANGOLUISA CUMBAJIN**, con cedula de identidad 1721841961, declaro que este trabajo de titulación, **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE FOMENTO TURÍSTICO DEL SECTOR “LA MERCED”, PARROQUIA MACHACHI, CANTÓNMEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA**, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría. En virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 11 de Agosto del 2016

Andrea Daniela Changoluisa Cumbajin

C.C.: 172184196-1



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Yo, **ANDREA DANIELA CHANGOLUISA CUMBAJIN**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE FOMENTO TURÍSTICO DEL SECTOR “LA MERCED”, PARROQUIA MACHACHI, CANTÓNMEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 11 de Agosto del 2016.

Andrea Daniela ChangoluisaCumbajin

C.C.: 172184196-1

DEDICATORIA

Luchar por un objetivo a cumplir, es un ejemplo de vida que me enseñaron mis padres.

Dedico mi proyecto de titulación a mis padres Francisco y Carmen, que me apoyaron en las buenas y las malas, supieron guiarme por un camino de bien, por un camino de perseverancia, me inculcaron que si no se lucha no se logra lo que uno desea, que la vida es dura si uno espera y no se busca, que las caídas se dan en cualquier persona pero que levantarse no lo hace cualquiera, y que yo con ayuda de ellos lo logre.

A la vez lo dedico a mi pequeña familia, que son el pilar fundamental y el motivo para seguir adelante, Ronald y Mauricio.

Andrea

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento más profundo y grande hacia Dios, por brindarme salud, brindarme oportunidades que de una u otra manera he sabido aprovechar.

Agradezco a mis padres que con esfuerzo y cariño me has apoyado durante el transcurso de mi carrera y el desarrollo del proyecto.

Agradezco a mi esposo, que me ha sabido apoyar incondicionalmente, en mis estudios y sé que lo seguirá haciendo en el ámbito profesional.

De manera especial agradezco a mi directora de tesis Ing. Maricela Pulloquina, me ha enseñado que si algo se quiere en la vida, debe ser bueno para nosotros y que si es bueno no va a ser fácil, pero que con perseverancia si se lo puede conseguir.

A todos los mencionados, GRACIAS de corazón, que gracias a ustedes he alcanzado una meta más, de todas las que alcanzare.

Andrea.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
CERTIFICADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
GENERALIDADES	xviii
INTRODUCCIÓN	xviii
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	xix
Formulación del Problema	xx
JUSTIFICACIÓN	xx
OBJETIVOS	xxi
General:	xxi
Específicos:	xxi
 CAPÍTULO I	 1
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1 Planificaciòn	1
1.1.1 Productos de Planificacion	2
1.2 Planificaciòn Turistica	7
1.2.1 Sistema Turístico:	9
1.2.2 Estructuraciòn del Espacio Físico.....	11
1.2.3 Tipos de turismo	13
1.3 Fomento	15
1.3.1 Fomento Turístico.....	16

1.4 Desarrollo Local.....	17
1.4.1 Diagnostico Participativo	20
1.5 Desarrollo Sostenible.....	23
1.5.1 Turismo Sostenible.....	24
1.6 Marco Metodologico	26
1.6.1 Método Inductivo.	27
1.6.2 Método Bibliográfico.	27
1.6.3 Metodología por Objetivos.....	27
1.7 Marco Legal.....	28
1.7.1 Constitución de la República del Ecuador.	29
1.7.2 Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (2010).....	31
1.7.3 Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2014)	31
1.7.4 Código de Ordenamiento Territorial Autonomías y Descentralización..	32
CAPÍTULO II.....	34
2.- DIAGNÓSTICO	34
2.1 Mapeo de la Zona:.....	34
2.1.1 Provincia de Pichincha: Datos Generales.....	34
2.1.2 Canton Mejia.- Datos Generales.....	38
2.1.3 Machachi.- Datos Generales	42
2.1.4 Barrio “Pedregal”: Datos Generales.....	47
2.1.5 Sector “La Merced” : Datos Generales	54
2.1.6. Asociación Pecuaria Sincholagua.....	60
2.2 Analisis de Problemas y Capacidades.....	64
2.2.1.- Análisis de Problemas y Capacidades Del Sector.....	68
2.2.2. Analisis F.O.D.A.	71
2.3 Analisis Sobre la Demanda del Mercado Turistico	73
2.3.1 Demanda	73
2.3.2.- Cálculo de la Muestra.....	75
2.3.4. Analisis e Interpretación de Datos	79
a). Tabulación General de las Encuestas Aplicadas en el Barrio Pedregal, Sector Norte del Parque Nacional Cotopaxi	79

2.3.5.- Perfil del Visitante.....	98
2.4 Inventario de Atractivos Turísticos del Sector “La Merced”	98
Nombre del Atractivo: Loma de Jigua.....	99
Nombre del Atractivo: Cuevas de Chamilco	104
Nombre del Atractivo: Río Pita	109
Nombre del Atractivo: Cañón del Río Pita	114
Nombre del Atractivo: Termas El Chan	119
Nombre del Atractivo: Corrales de Piedra	124
Nombre del Atractivo: Cultura Chacarera.....	129
Nombre del Atractivo: Toros de Pueblo y Concurso de Lazo	134
Nombre Del Atractivo: Fiestas de la Virgen “La Merced”.....	139
CAPÍTULO III.....	145
3. IDENTIFICACIÓN DE VOCACIONES (PRODUCTO TURÍSTICO).....	145
3.1 Identificación de potenciales productos turísticos.....	145
3.1.1.- Productos potenciales	145
3.1.2 Creación de productos turísticos dentro del sector “La Merced”.	151
a). Turismo de Aventura	151
b). Turismo de Naturaleza.	162
c). Turismo Vivencial Chacarero.....	168
CAPÍTULO IV	175
4. PROPUESTA DEL PROGRAMA DE FOMENTO TURÍSTICO	175
4.1 Introduccion	175
4.2 Antecedentes.....	176
4.3 Objetivo General.....	177
4.4 Objetivos Estrategicos y Especificos	177
4.5 Estrategias Locales de Desarrollo	179
4.6. Matriz de Marco Logico de Planeacion Estrategica	180
4.7 Proyectos de Fomento Turistico	182
4.8 Proyecto N.- 1 Diseño de un Área de Camping en el Sector “La Merced”.	183

4.8.1 Localización geográfica del proyecto.....	183
4.8.2 Objetivo (s) del proyecto.....	183
4.8.3 Meta(s)	183
4.8.4 Beneficiarios	183
4.8.5 Efectos (Impactos).....	183
4.8.6 Desarrollo	183
a). Actividades	183
b). Cronograma	184
c). Presupuesto	184
4.9 Proyecto N.- 2.- Plan de negocios para la implementación de un restaurante campestre en el sector “La Merced”.....	185
4.9.1 Localización geográfica del proyecto.....	185
4.9.2 Objetivo (s) del proyecto.....	185
4.9.3Meta(s)	185
4.9.4 Beneficiarios.....	185
4.9.5 Efectos (Impactos).....	185
4.9.6 Desarrollo	185
a). Actividades	186
b). Cronograma	186
c). Presupuesto	187
4.10 Proyecto N.- 3 Diseño de senderos que permitan la apreciación de flora, fauna y paisajismo.....	188
4.10.1 Localización geográfica del proyecto.....	188
4.10.2 Objetivo (s) del proyecto.....	188
4.10.3Meta(s)	188
4.10.4 Beneficiarios.....	188
4.10.5 Efectos (Impactos).....	188
4.10.6 Desarrollo	188
a). Actividades:	189
b). Cronograma	189
c). Presupuesto	190

4.11 Proyecto N.- 4. Implementación de señalética turística en sitios estratégicos, dentro del sector “La Merced”.	191
4.10.1 Localización geográfica del proyecto.	191
4.11.2 Objetivo (s) del proyecto.	191
4.11.3 Meta(s).	191
4.11.4 Beneficiarios.	191
4.11.5 Efectos (Impactos).	191
4.11.6 Desarrollo.	191
a). Actividades	191
b). Cronograma	192
c). Presupuesto	192
4.12 Proyecto N.- 5. Capacitación de atención y servicio al cliente dirigido a los trabajadores de la zona turística del sector “La Merced”.	193
4.12.1 Localización geográfica del proyecto.	193
4.12.2 Objetivo (s) del proyecto.	193
4.12.3 Meta(s)	193
4.12.4 Beneficiarios.	193
4.12.5 Efectos (Impactos).	193
4.12.6 Desarrollo.	193
a). Actividades	194
b). Cronograma	194
c). Presupuesto	195
4.13 Proyecto N.- 6.- Planteamiento de estrategias de promoción turística para el sector “Las Merced”.	196
4.13.1 Localización geográfica del proyecto.	196
4.13.2 Objetivo (s) del proyecto.	196
4.13.3 Meta(s).	196
4.13.4 Beneficiarios.	196
4.13.5 Efectos (Impactos).	196
4.13.6 Desarrollo.	196
a). Actividades	196

b). Cronograma	197
c). Presupuesto	197
4.14. Analisis	198
Conclusiones	199
Recomendaciones	202
Bibliografia	202
Linkografia	206
Anexos.....	208
Anexo 1.- Actores Locales del Barrio “El Pedregal”.	
Anexo 2 Diseño de una área de camping en el sector “La Merced”.	
Anexo 3 .- Plan de negocios para la implementación de un restaurante campestre en el sector “La Merced”.	
Anexo 4.- Diseño de senderos que permitan la apreciación de flora, fauna y paisajismo.	
Anexo 5.- Implementación de señalética turística en sitios estratégicos, dentro del sector “La Merced”.	
Anexo 6.- Capacitación de atención y servicio al cliente dirigido a los trabajadores de la zona turística del sector “La Merced”	
Anexo 7.- Planteamiento de estrategias de promoción turística para el sector “Las Merced”.	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Productos de la Planificación.....	4
Tabla 2. Matriz de Actores Locales.....	20
Tabla 3. Datos Principales de la Provincia de Pichincha.....	34
Tabla 4. Datos Principales del Cantón Mejía.....	39
Tabla 5. Datos Principales de la Parroquia de Machachi	43
Tabla 6. Conformación de Establecimientos Turísticos de la Parroquia de Machachi	47
Tabla 7. Datos Principales del Barrio Pedregal	48
Tabla 8. Servicios Básicos del Barrio Pedregal	50
Tabla 9. Manifestaciones culturales del Barrio Pedregal.....	51
Tabla 10. Ingreso de Turistas al Parque Nacional Cotopaxi.....	52
Tabla 11. Infraestructura Turística del Barrio el Pedregal.....	53
Tabla 12. Datos principales del sector “La Merced.....	54
Tabla 13. Flora del Sector La Merced.....	56
Tabla 14. Fauna del Sector La Merced.....	58
Tabla 15. Gastronomía que ofrece la Asociación Pecuaria Sincholahua.	63
Tabla 16. Actores Locales que intervienen en el diagnóstico participativo	66
Tabla 17. Análisis de problemas y capacidades del Sector.....	68
Tabla 18. Turistas que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi desde el 2005 al 2015.....	73
Tabla 19. Datos de la proyección Futura	74
Tabla 20. Cálculo del tamaño de la muestra	75
Tabla 21. Género.....	79
Tabla 22. Edad	80
Tabla 23. Procedencia.....	81
Tabla 24. Tipo de Visitante	82
Tabla 25. Situación Laboral	83
Tabla 26. Con quien Viaja	84
Tabla 27. Frecuencia	85
Tabla 28. Tiempo de Visita	86

Tabla 29. Tipo de alojamiento que utilizo	87
Tabla 30. Prefiere tienda de acampar.....	88
Tabla31. Actividades	89
Tabla 32. Servicios	90
Tabla 33. Alimentación	91
Tabla34. Transporte	92
Tabla 35. Destino	93
Tabla 36. Publicidad	94
Tabla 37. Organización.....	95
Tabla 38. Tipo de Turismo.....	96
Tabla 39. Inversión	97
Tabla 40. Matriz de Comparación.....	146
Tabla 41. Matriz de Necesidades del Producto Turismo de Aventura	148
Tabla 42. Matriz de Necesidades del Producto Turismo de Naturaleza	148
Tabla 43. Matriz de Necesidades del Producto Turismo Vivencial Chacarero.....	149
Tabla 44. Matriz de priorización de productos dentro del sector “La Merced”	150
Tabla 45. Grado de dificultad de actividades de turismo de aventura.	152
Tabla 46. Ficha de operación del producto turístico turismo de aventura ...	155
Tabla 47. Grado de dificultad de actividades de turismo de naturaleza	163
Tabla 48. Ficha del producto turístico turismo de naturaleza.	166
Tabla 49. Ficha del producto turístico turismo vivencial chacarero	172
Tabla 50. Matriz FODA Cruzada	178
Tabla 52. Objetivos Estratégicos y específicos	179
Tabla 53. Matriz de Marco Lógico para el desarrollo del programa de fomento turístico dentro del sector “La Merced”	181

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de la planificación	2
Figura 2. Ubicación Geográfica de la Provincia de Pichincha	35
Figura 3. Ubicación Geográfica del Cantón Mejía	39
Figura 4. Ubicación Geográfica de la Parroquia de Machachi.....	43
Figura 5. Ubicación Geográfica del Barrio Pedregal.....	48
Figura 6. Ubicación Geográfica del sector “La Merced”	54
Figura 7. Organigrama Estructural de la Asociación Pecuaria Sincholahuá..	62
Figura 8. Género	79
Figura 9. Edad	80
Figura 10. Procedencia.....	81
Figura 11. Tipo de Visitante.....	82
Figura 12. Situación Laboral.....	83
Figura 13. Con quien Viaja	84
Figura 14. Frecuencia.....	85
Figura 15. Tiempo de Visita.....	86
Figura 16. Tipo de alojamiento que utilizo	87
Figura 17. Prefiere tienda de acampar	88
Figura 18. Actividades	89
Figura 19. Servicios	90
Figura 20. Alimentación	91
Figura 22. Transporte	92
Figura 23. Destino	93
Figura 24. Publicidad.....	94
Figura 25. Tipo de Turismo.....	96
Figura 26. Inversión	97
Figura 27. Gráfico del Producto Turismo de Aventura.....	161
Figura 28. Diseño de senderos dentro del sector “La Merced”	164
Figura 29. Gráficos del Producto Turismo de Naturaleza.....	167
Figura 30. Gráfico del Producto Turismo Vivencial Chacarero.....	173
Figura 31. Estructura del proyecto.....	182

RESUMEN

El presente proyecto tuvo como objetivo principal diseñar un programa de fomento turístico para el sector “La Merced”, ciudad Machachi, dicho proyecto está compuesto por generalidades y cuatro capítulos que son: fundamentación teórica, diagnóstico, identificación de vocaciones y la propuesta del programa de fomento turístico. La terminología de la planificación parte de un proceso que permite establecer productos como planes, programas y proyectos, para identificar un desarrollo territorial como lo es la planificación turística. Para incurrir dentro de una planificación turística fue necesario plantear un diagnóstico participativo con una cierta red de actores locales inmiscuidos con el turismo del barrio Pedregal, proceso mediante el cual se identificó problemas y capacidades del sector “La Merced”. La identificación de capacidades o potencialidades que presenta el sector permitió la establecer una vocación territorial que conlleva al desarrollo de productos turístico como el turismo de aventura, turismo de naturaleza y turismo vivencial. El programa de fomento turístico tiene como base la línea estratégica “Desarrollo de destinos y facilitación turística”, dicho programa consta de seis proyectos que son: identificar sitios adecuados para la implementación de zonas de camping con facilidades; generar un plan de negocios para la implementación de un restaurante campestre; diseñar senderos que permitan la apreciación de flora y fauna del sitio, implementar señalética informativa y turística; organizar capacitaciones de atención y servicio al cliente y plantear estrategias de promoción. La propuesta está planteada para que dentro del sector “La Merced” se fomente el turismo.

PALABRAS CLAVE:

- **TURISMO- ECUADOR.**
- **TURISMO RURAL.**
- **PARROQUIA MACHACHI.**

ABSTRACT

The main objective of this project was to design a tourism development program for the "La Merced" area at Machachi city. This project consists of a general view and four chapters, which are: definition of terms, diagnosis, identification of potentialities and the tourism development program. The planning process allows to design plans, programs and projects to identify a territorial development which is known as tourism planning. This investigation implements an important participatory approach with the local community which is Pedregal neighborhood. Their active participation let the investigator to identify problems and potentialities of "La Merced", which is the location where the research is taking place. The results obtained allowed to establish a territorial analysis which leads to the development of tourism products such as adventure tourism, nature tourism and experiential tourism. The tourism development program is considered as a improvement tool which is based on the strategic "Development of tourism destinations and facilitation". This type of program has six projects: identify appropriate sites for the implementation of campsites with facilities, create a business plan for the implementation of a country restaurant, design trails that allow the appreciation of flora and fauna of the site by implementing information and tourism signals, organize customer service training and propose promotional strategies. This proposal is designed to promote tourism in the area of "La Merced" and encourage an activity that generates income to the Livestock Association Sincholahua, main actor in the area.

KEY WORDS:

- **TOURISM - ECUADOR**
- **RURAL TOURISM.**
- **PARISH MACHACHI.**

GENERALIDADES

INTRODUCCIÓN

El turismo se está convirtiendo rápidamente en una de las industrias más grandes del mundo y generador de ingresos, permitiendo o incentivando a muchos lugares y sectores en el Ecuador a desarrollarse con visión a crecer y ser reconocidos como pioneros dentro del ámbito turístico.

Los gobiernos locales como municipios han creado direcciones de Turismo con la finalidad de estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social, conservar el patrimonio cultural, el entorno natural, las formas de vida, costumbres e identidad de su comunidad, o ámbito de competencia. Estas instituciones han optado por formular planes que permitan el desarrollo de programas y proyectos turísticos que se originen en la comunidad.

Es así que el GAD Municipal del Cantón Mejía, ha desarrollado un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Mejía al 2020, en el año 2009, mismo que se ha fortalecido con su ejecución, los cuales ha generado estrategias encaminadas al fortalecimiento y homogenización de las capacidades de planificación y coordinación entre los diversos objetivos estratégicos que se han planteado para el desarrollo turístico, y permitan el aprovechar sectores de una manera apegada a los lineamientos de la planificación.

Pues estas planificaciones permiten el desarrollo sectorial, de pequeños sitios potencialmente turísticos, teniendo así al sector “La Merced”, sitio perteneciente a un grupo de socios que forman la Asociación Pecuaria “Sincholahua”, actor activo del sector.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desinterés por parte del Gobierno Provincial de Pichincha, por sectores turísticos pequeños, ha llevado a que dentro de los planes estratégicos desarrollados, se prioricen Programas destinados al Distrito Metropolitano de Quito, dejando como resultado sectores turísticos en su alrededor, carentes de proyectos que permitan su avance o emprendimiento dentro del turismo, como una actividad o alternativa económica.

Dentro del Cantón Mejía se ha ido desarrollando el turismo de manera progresiva, pues la inversión privada ha permitido que esta actividad se inicie en este Cantón, pero existe un interés mínimo por los pobladores en emprender en esta actividad, puesto que dentro del GAD de Mejía existe un compromiso muy limitado al impulsar o asesorar la creación de proyectos de inversión que involucren al turismo como una actividad, pues en su priorización se encuentran proyectos relacionados con la agricultura y ganadería, que son actividades que generan movimiento económico dentro de Mejía.

El sector “La Merced”, perteneciente al Cantón Mejía, ha tratado de incursionar en el ámbito turístico, por la visita de turistas que ha obtenido puesto que este sector consta de sitios naturales como es el Volcán Sincholhua, la Cañonada y tiene acceso al volcán más visitado del Ecuador, como lo es el Volcán Cotopaxi, pero el desconocimiento de como brindar un servicio turístico adecuado ha provocado que los socios no tengan la intención de involucrarse en la prestación de servicios turísticos, generando así una iniciativa de poco interés en generar proyectos que abarquen al sector como un prestador de servicios apto para recibir turistas.

Pues este sector con la generación de proyectos de Fomento Turístico basados en los objetivos estratégicos del GAD de Mejía, permitirá que “La Merced” logre su progreso en el ámbito turístico y desarrollo económico.

Formulación del Problema

¿Cómo incide en el desarrollo sustentable un Programa de Fomento Turístico en el sector “La Merced”, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia Pichincha?

JUSTIFICACIÓN

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural cuenta con una diversidad en sus cuatro regiones lo que ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna, lo que ha incentivado al Gobierno a impulsar los sectores turísticamente.

Los gobiernos autónomos provinciales, están desarrollando múltiples actividades en el ámbito de fomento turístico provincial al considerar al turismo receptivo, como fuente importante de generación de ingresos y empleo en sus jurisdicciones. El fomento turístico se ha convertido entonces en una opción válida para impulsar la competitividad y la inclusión económica a nivel de las provincias, sus territorios y su tejido empresarial.

El sector “La Merced” es un sitio privilegiado, ya que cuenta con sitios naturales como la cañonada del Rio Pita y el volcán Sincholagua, al igual que cuenta con acceso al Volcán Cotopaxi el cual es el segundo lugar más visitado a nivel Nacional, además cuenta con grandes extensiones de pajonales y de hermosos valles, por lo que se puede decir que es un lugar con potencial por desarrollarse, pero esto no ha sido posible puesto que la falta de conocimiento específico de como brindar un servicio de tal calidad, ha llevado a entregar un servicio empírico, es por eso que se ve la necesidad de fijar productos y estrategias turísticas, que permitan la creación de proyectos formando así un programa de fomento turístico que esté basado en la planificación estratégica del GAD de Mejía, que permita conocer a los socios como deben estar organizados, que tipo de producto ofrecer e incluso de cómo llegar al cliente.

El desarrollo de un programa de fomento turístico para el sector “La Merced”, permitirá establecer proyectos que entreguen a este sector una asistencia a los socios que conforman la “Asociación Sincholahua” brindando un eje en el cual puedan desarrollarse turística y económicamente, mejorando así su calidad de vida.

El presente Programa de Fomento permitirá establecer proyectos que formen parte de bases turísticas para el sector y para futuras investigaciones que se pretendan realizar en sectores similares y porque no, en investigaciones complementarias que se realicen para el sector “La Merced”.

OBJETIVOS

General:

Diseñar un programa para el fomento turístico del sector la "Merced", Parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

Específicos:

- Realizar una fundamentación teórica mediante el análisis de diferentes términos que sustente la investigación.
- Establecer un diagnóstico, mediante la participación de actores locales, para reconocimiento de problemas y capacidades del sector.
- Definir vocaciones con las cuales cuenta el sector, mediante el análisis de potencialidades, y características encontradas, para la fijación de estrategias.
- Plantear objetivos estratégicos y estrategias locales, para la identificación de proyectos.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Dentro de la fundamentación teórica se puede observar el desarrollo de ciertos términos y conceptos que sustentan la investigación.

1.1 PLANIFICACIÓN

A la planificación (RIPOLL, 1986) la define como “Un proceso de carácter general, requerido para el desarrollo de cualquier país, pues lo que se pretende es incrementar y sostener la producción de bienes y servicios, creando beneficios tanto para los otros sectores económicos como para el resto de la población”.

A la planificación se la puede ver desde varios campos, tanto sociales como institucionales pues se la puede tomar como una metodología para la toma de decisiones y aplicación de estrategias empresariales.

Además (LEIVA, 2011) define a la planificación como un “Proceso que busca intervenir deliberadamente en la realidad, con el fin de moldearla u orientarla hacia una imagen objetivo que se percibe como más deseable que la situación actual”.

(PRIETO, 2005) Menciona que la planificación tiene principios tales como “Participación ciudadana, descentralización, desarrollo y bienestar, eficiencia y fortalecimiento de la gestión pública y privada”.

Durante un proceso, a la planificación se la puede definir como planes de acción que se van a emplear en el futuro, concretando metas dentro de un plazo determinado.

Dentro de una planificación es importante seguir un orden específico el cual podemos apreciar a continuación.

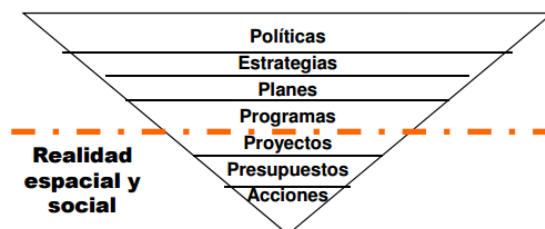


Figura 1. Proceso de la planificación

Fuente: (LEIVA, 2011)

Este tipo de herramientas permite conocer el proceso legítimo y ordenado que se debe llevar a cabo dentro de una planeación correcta.

Se debe tener presente que una planificación es de carácter particular, es por ello que existen diferentes sectores productivos con una planeación específica para cada uno de ellos, como la planeación agrícola, industrial, turística entre otros.

1.1.1 PRODUCTOS DE PLANIFICACIÓN

(HERNANDEZ, 1991) Afirma que “Los productos de la planificación turística están limitados por diferentes niveles, ámbitos y destinos preestablecidos. Los principales productos son los planes nacionales de turismo, siguiendo en orden de importancia los planes regionales de turismo, los planes estatales o provinciales de turismo, los planes locales de turismo, los programas de desarrollo turístico y los proyectos turísticos”.

a). Plan

(SANCHEZ, 2005) Determina que un plan “Es un sistema que define las acciones que hay que seguir, de acuerdo con los recursos disponibles, para alcanzar objetivos predeterminados. El plan es integrado por una serie de programas que buscan objetivos específicos interrelacionados, que determinan con precisión las actividades que se deben realizar y los recursos para llevarlas a cabo”.

Los planes son el reflejo y la acumulación de iniciativas y realidades que buscan un mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía en general, ya sea económico o social.

Según (PRIETO, 2005) los planes tienen dos componentes que son:

- ✓ El General o estratégico: Es en el cual se incluyen los objetivos, estrategias, políticas del plan, a la vez se registran los programas y proyectos de manera específica expresando sus objetivos metas, estrategias y acciones.
- ✓ El programático o de inversiones: Es aquel en cual se cuantifican los programas y proyectos registrados en la parte estratégica, especificaciones de montos y el origen de los recursos para su financiamiento.

A los planes también se los denomina planes de desarrollo, pues son herramientas que permiten plantear objetivos, estrategias y recursos para su cumplimiento, estos planes deben ser planteados en su mayor parte por los entes gubernamentales, pues son la base en los cuales se plantean programas de iniciativa pública o privada.

Dentro de un plan se encuentran los bancos de programas y proyectos ya que es una base para la toma de decisiones durante el ciclo de inversiones,

estos deben ser identificados con anterioridad en base a diagnóstico actual o histórico ya sea de la empresa o sitio en el cual se prevé desarrollar.

Para lograr efectividad en los planes, éstos se desglosan en programas, los que a su vez, para tener flexibilidad y especificar los objetivos finales que han de lograrse, se integran en proyectos.

Tabla 1.

Productos de la Planificación

PRODUCTO	RESULTADO
PLAN	Planteamiento de Metas
PROGRAMA	Planteamiento de Objetivos
PROYECTO	Fines Específicos

b). Programas

Los programas son elaborados en base a un plan que contenga una visión global, y deben tener como finalidad lograr cumplir los objetivos establecidos en el mismo.

Para (SAAVEDRA, 2003) un programa es aquel que “materializa un conjunto de decisiones, cuyas directrices deben estar orientadas a solucionar problemas, satisfacer necesidades y conseguir los objetivos del plan”.

(PRIETO, 2005) Existen dos tipos de programas, los programas de operación y los programas de inversión o fomento.

Programas de operación.

Este tipo de programas son diseñados con el objeto de modificar comportamientos de una empresa, ya sea en alguna de sus partes o en su conjunto.

Programas de inversión o fomento.

Estos se refieren al diseño e implantación de nuevas unidades productivas o a la adición o ampliación de nuevas áreas a unidades productivas ya existentes.

Según (ALVAREZ, 1997) disipa tres principios en los cuales deben estar enmarcados los programas de fomento de productivo.

- ✓ Los programas de fomento productivo están orientados a promover el desarrollo de capacidades competitivas que le permitan en el mediano plazo a los empresarios nacionales desarrollarse en mercados crecientemente exigentes sin necesidad de apoyo estatal. Por lo tanto, no se debe operar en una lógica de protección frente a la competencia sino en una lógica de estímulo a la competencia.
- ✓ Los programas de fomento productivo deben ser no excluyentes. Es decir, todo aquel empresario que manifieste su voluntad de fortalecimiento de sus capacidades competitivas es sujeto de apoyo, sea cual sea su tamaño, sector o localización geográfica.
- ✓ Los programas de fomento deben ser gestionados de modo no discrecional y transparentes

Los programas deben necesariamente contar con un conjunto de proyectos que puedan facilitar su desarrollo.

c). Proyecto:

Para (SAAVEDRA, 2003) un proyecto es un conjunto de actividades coherente e interrelacionadas entre sí, orientadas a la solución de un problema o a satisfacción de una necesidad teniendo en cuenta los recursos humanos, físicos, tecnológico y financieros que permitan su realización.

Los proyectos son el conjunto de estudios que analizan y evalúan la construcción de un programa a futuro.

De igual manera (MEDINA, 2010) define a un proyecto turístico como el grupo de antecedentes, datos e información, que proporciona la posibilidad de juzgar la ventajas que presenta la asignación de recursos económicos, denominados también insumos a un centro o unidad productora que los transformen en un cierto monto de productos sean estos bienes o servicios.

Mediante un proyecto se pueden precisar las posibles soluciones ante los problemas o necesidades encontradas en diferentes sitios o grupos sociales.

Proyectos Productivos

Según (MYPE, 2011) los proyectos productivos es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas orientadas a alcanzar un objetivo específico dentro de los límites que pone un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido. Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero.

Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos.

Según señala (TOLEDO, 2000) A este tipo de proyectos se los puede considerar también como proyectos estratégicos pues estos permiten “generar alternativas, ambientalmente sanas que constituyen ejes para avanzar rápidamente en la superación de la pobreza”.

d). Actividad

La actividad son tareas designadas e interrelacionadas para dar cumplimiento a objetivos planteados de forma específica y forman parte del proyecto.

Para poder estructurar un programa de fomento turístico es necesario conocer las políticas y estrategias que están planteados para el Ecuador.

1.2 PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

Al hablar de planeación turística se la define como (RIPOLL, 1986) “la investigación realizada acerca de la realidad social y económica, con el fin de trazar pautas que permitan la utilización racional de los recursos turísticos, para poner en contacto oferta y demanda, e incrementar cuantitativa y cualitativamente la actividad turística”.

La planificación turística toma diferentes formas pues esto depende de la inversión, la naturaleza o la región en la que se la realice, pues la disponibilidad de los recursos económicos define el poder y la decisión.

La planificación turística es un proceso continuo y flexible, en el marco del cual deben enunciarse recomendaciones de políticas y planes, pero que deben tener la suficiente flexibilidad como para permitir la adaptación a las circunstancias cambiantes de los destinos. (INSKEEP, 1994)

Cabe destacar que dentro de una planificación turística existen factores los cuales son el tiempo y el espacio.

Dentro del tiempo se debe considerar:

- ✓ Estacionalidad de la demanda.
- ✓ Presupuestación de los recursos.

Dentro del espacio:

- ✓ Infraestructura (Instalaciones, construcciones, adaptaciones o modificaciones).
- ✓ Estructura (Instalaciones hoteleras, transporte turístico, alimentos y bebidas).

Dentro de la planificación turística existen dos niveles los cuales son la planificación económica y la planificación física o espacio turístico.

Planificación económica del turismo:

A la planificación económica se la define como (HERNANDEZ, 1991) “el proceso mediante el cual se analiza la actividad turística dentro de un ámbito determinado, describiendo su desarrollo histórico, previendo su desenvolvimiento natural y estableciendo conscientemente para su futuro un modelo integral de comportamiento a través de la fijación de objetivos, metas e instrumentos claros y alcanzables”

La planificación económica tiene como fin el promover, coordinar y dirigir desarrollos turísticos que han sido planteados para el futuro.

Planificación física o espacio turístico.

Según (HERNANDEZ, 1991) la planificación física “Es la ordenación, dirección y control de las actividades turísticas en el territorio, a través de los medios físicos que las hacen posibles y la adecuación del espacio donde se desarrollan”.

Dentro de una planificación del espacio turístico se debe tener en cuenta el sistema turístico y la estructuración en si del espacio físico.

1.2.1 Sistema Turístico:

(BOULLON, 2006) Sostiene que “el sistema turístico tiene algunas particularidades en su funcionamiento que se explicarán al detallar a continuación las características de las partes que lo componen”.

- ✓ **Demanda:** La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. Se puede utilizar la demanda histórica, futura o potencial. (BOULLON, 2006)
- ✓ **Oferta:** para que un servicio turístico se convierta en oferta turística, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia. La

oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos,

- ✓ Proceso de Venta: Implica que la oferta turística alcanzará efectivamente un mercado, siempre que el precio de sus productos sea competitivo, porque de lo contrario la demanda elegirá otro destino más económico y si no lo encuentra dejará de viajar. Esto quiere decir que la interacción de la oferta con la demanda de alguna manera determina el precio de los productos. (BOULLON, 2006)
- ✓ Producto: El producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta.
- ✓ Planta Turística: Está integrado por dos elementos los cuales son: equipamiento e instalaciones. (BOULLON, 2006)
 - a) Equipamiento: El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos.
 - b) Instalaciones: Aquí deben anotarse todas las construcciones especiales permiten y condicionan la realización de actividades cuya existencia es la razón de ser del turismo.
- ✓ Atractivos turísticos: Es la materia prima de la planta turística, deben permanecer intactos o si se interviene sobre ellos, esas acciones quedan limitadas a la restitución de alguna cualidad que pudieron haber perdido ya sea por la acción destructiva de otros sectores, de los propios turistas, o por el paso del tiempo. (BOULLON, 2006)
- ✓ Infraestructura: Es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte

de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. (BOULLON, 2006)

- ✓ Superestructura: Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (BOULLON, 2006)

(BOULLON, 2006) afirma que “el sistema turístico debe su existencia a un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el poder público, después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión”.

1.2.2 Estructuración del Espacio Físico

(BOULLON, 2006) Señala que “la mejor forma de determinar un espacio turístico es recurrir al método empírico, por cuyo medio se puede observar la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la planta, a fin de detectar las agrupaciones y concentraciones que saltan a la vista”. A continuación se detallaran los componentes del espacio turístico en escala descendente.

Zona Turística.-Es la unidad mayor de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país. Para que exista una zona turística debe contar con un número mínimo de diez atractivos turísticos suficientemente próximos, sin importar qué tipo pertenecen y de qué categoría son. (BOULLON, 2006)

Área Turística.- Son las partes en que se puede dividir una zona y, por tanto, su superficie es menor que la del todo que las contiene. Las áreas turísticas deben estar dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número también

menor que los de la zona y lo mismo que ellas necesitan una infraestructura de transporte y comunicación que relacione entre sí a todos los elementos turísticos que la integran. (BOULLON, 2006)

Centro Turístico.- Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico.

Complejo Turístico.- Son conformaciones poco frecuentes porque dependen de la existencia de uno o más atractivos de la más alta jerarquía, cuya visita, junto a la de otros que los complementan, insume una permanencia igual o superior a los tres días. Un complejo turístico llega a ser una derivación de los centros turísticos de distribución que alcanzan un orden superior. Para que un complejo turístico funcione adecuadamente, requiere la presencia mínima de un centro turístico de distribución que debe cumplir con todos los requerimientos señalados en su definición. (BOULLON, 2006)

Núcleos Turísticos.- Se refieren a todas las agrupaciones menores a diez atractivos turísticos de cualquier jerarquía y categoría, que están aisladas en el territorio y, por lo tanto, tienen un funcionamiento turístico rudimentario o carecen por completo de él, debido precisamente a su grado de incomunicación. (BOULLON, 2006)

Conjunto Turístico.- Después de relacionarse con el resto del sistema, los antiguos núcleos deben consolidar su funcionamiento como conjuntos mediante la construcción de una planta turística acorde con la naturaleza y jerarquía de sus atractivos. (BOULLON, 2006)

Corredores Turísticos.- Son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de

entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico. Según su función, pueden ser: (BOULLON, 2006)

- Corredores turísticos de traslado.
- Corredores turísticos de estadía.

Dentro del ámbito de la planificación turística se puede apreciar procesos que conlleven a fomentar el desarrollo tanto del territorio como de la sociedad, la planificación no finaliza con el último proyecto, sino más bien se retroalimenta con el cumplimiento de los mismo hasta replantear nuevos proyectos. (BOULLON, 2006)

1.2.3 Tipos de turismo

De acuerdo a como lo menciona (IBAÑEZ, 2007) la actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje. Para esto se divide en dos grande grupos.

Turismo Tradicional: Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la Organización Mundial de Turismo la visita a playas y grandes destinos turístico o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades. (IBAÑEZ, 2007)

Turismo Alternativo: Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades

que en su nombre indican su característica principal: turismo cultural, turismo rural, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros. (IBAÑEZ, 2007)

- ✓ Turismo cultural: Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. (IBAÑEZ, 2007)
- ✓ Turismo Rural: Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos.

Dentro del turismo rural se encuentran el turismo vivencial, agroturismo y ecoturismo.

- a) Turismo vivencial: suma el contacto cultural y la participación a los elementos del turismo rural, ya que promueve la relación intercultural entre el anfitrión y el turista e implica la intervención activa de la comunidad en la definición, planificación y gestión del proceso turístico. Parte de las utilidades generadas se destina a la atención de las necesidades comunales. (CODESPA, 2011)
- b) Agroturismo Es el Turismo que se practica en zonas altamente productivas, ya sean agrícolas, agropecuarias y agroindustriales. Estas zonas podrían pertenecer a una persona, comunidad o varias comunidades. (MINCETUR, 2006)

- c) Ecoturismo: Es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y genera un enorme flujo de viajeros internacionales. (IBAÑEZ, 2007)
- ✓ Turismo de aventura: Algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Por lo que, estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios. Referente a las actividades que se practican dentro de esta modalidad encontramos a, el montañismo, rappel, escalada, cabalgata, espeleísmo, ciclismo de montaña y la caminata. (IBAÑEZ, 2007)

1.3 FOMENTO

Según (BLECUA, 2013) en el diccionario de la lengua Española define a fomento como “Acción de la administración consistente en promover, normalmente mediante incentivos económicos o fiscales, que los particulares realicen por sí mismos actividades consideradas de utilidad general, a la vez se deriva de verbo producir, crear”.

El fomento desde el punto de vista productivo, puede tener varios significados como impulso, protección e incluso difusión.

(LOZA, 2014) Comenta que la finalidad del Fomento Productivo es lograr que todo el sector productivo, en todos sus estamentos sea más competitivo y pueda participar con éxito en un mundo globalizado con la finalidad de generar riqueza, que permita dar bienestar a la población.

Según la Corporación Financiera Nacional (CFN) un programa de fomento productivo es aquel que está dirigido a incentivar la producción y el desarrollo socio económico del Ecuador, apoyando a los productores y a las regiones y sectores de menor desarrollo relativo con potencial a través de la cooperación interinstitucional entre la CFN y Promotores de Programas de Desarrollo (PPD's).

1.3.1 Fomento Turístico

(CONGOPE, 2013) La generación de capacidades locales para gestionar iniciativas de turismo permite poner en marcha ideas o propuestas de emprendimientos turísticos que complementan la oferta existente en el territorio.

Es el impulso al servicio turístico, es una puerta para entender las implicaciones y la necesidad de ver a la economía de un territorio como más que una suma de actividades aisladas. Dentro de las funciones y responsabilidades que se relacionan con el fomento tenemos:

- ✓ Promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en turismo, de conformidad con las normas pertinentes, otorgándoles garantías definidas en la ley.
- ✓ Fomentar e incentivar las inversiones públicas y privadas, nacionales y extranjeras.
- ✓ Establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo interno, rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.
- ✓ Apoyar la protección y supervisión del patrimonio cultural, ambiental y turístico de su jurisdicción. (CONCOPE, 2011)

El Fomento Turístico conlleva a desarrollar un recurso ya existente o que se lo ha descubierto recientemente, lo que permite apreciar la iniciativa de impulsó económico y social.

1.4 DESARROLLO LOCAL

El Desarrollo Local es un proceso activador de la economía y dinamizador de la sociedad local, que permite:

- ✓ Aprovechar los recursos endógenos.
- ✓ Lograr crecimiento económico.
- ✓ Crear empleo y riqueza.
- ✓ Mejorar la calidad de vida.

(VAZQUEZ, 2005) Los procesos de desarrollo local se producen gracias a la utilización eficiente del potencial económico local, que se ve facilitado por el funcionamiento adecuado de las instituciones y mecanismos de regulación del territorio.

Al desarrollo local se lo puede denominar como un proceso orientado a la interrelación entre actores públicos y privados, puesto que la evolución económica es el término en común.

Dimensiones del Desarrollo Local:

Según (PAREDES, 2009) el desarrollo local cuenta con tres tipos de dimensiones que son:

Económica: Tanto que las empresas locales demuestran capacidad suficiente para organizar los factores productivos con unos niveles de productividad suficientes para poder competir en los mercados.

Socio-cultural: Tanto que los valores y las instituciones locales sirven de base al proceso de desarrollo y a su vez se fortalecen durante el mismo. (PAREDES, 2009)

Político administrativa: En lo que los poderes locales son capaces de crear un clima local estimulante, capaz de favorecer e impulsar el desarrollo de un potencial socioeconómico local, enfrentando y resolviendo los bloqueos administrativos, económicos y político que existen en las economías que han seguido durante años los modelos tradicionales de desarrollo. (PAREDES, 2009)

Según (LIRA I. , 2003) la lógica de formulación de una estrategia de desarrollo debe estar integrada por los siguientes aspectos:

- ✓ Determinación de unos objetivos estratégicos a partir del conocimiento del potencial económico local, análisis de los recursos y potencialidades de la zona, así como de las principales carencias y obstáculos que pueden existir para que surjan y se desarrollen actividades económicas.
- ✓ Creación de los medios que involucren a todos los agentes económicos en este proceso. Se trata en este caso de introducir la dinámica y la estructura del asociativismo y de cooperación en torno a una institución de seguimiento y ayuda a las iniciativas y acciones de desarrollo.

(GALLICCHIO, 2004) El desarrollo local como factor de democracia y desarrollo sustentable no surge por casualidad, sino como resultado del estado de cosas anterior, como una ruta diferente y alternativa de desarrollo nacional y regional.

El desarrollo local, debe cumplir con objetivos como:

- ✓ La potenciación de lo existente (personas, recursos, empresas, gobiernos);
- ✓ La obtención de recursos externos al territorio (personas, recursos, empresas);
- ✓ La gestión del excedente económico que se produce en el territorio (cómo usamos los recursos generados en él).

El desarrollo local es el que da la iniciativa de la participación ciudadana y política, por ende la concertación y relación entre agentes, sectores y fuerzas.

(MORALES, 2006) El desarrollo local sostenible constituye un enfoque en la conceptualización del desarrollo que surge en contraposición al carácter netamente cuantitativo que ha tenido el desarrollo y considerando el papel tan importante que puede jugar el territorio local como agente del desarrollo sostenible.

Actores Locales Sociales:

Como lo menciona (TAPELLA, 2007) Los actores sociales pueden ser personas, grupos u organizaciones que tienen interés en un proyecto o programa. Los actores claves son usualmente considerados como aquellos que pueden influenciar significativamente (positiva o negativamente una intervención) o son muy importantes para que una situación se manifieste de determinada forma.

Un actor social es alguien que tiene algo que ganar o algo que perder a partir de los resultados de una determinada intervención o la acción de otros actores. Usualmente son considerados actores aquellos individuos, grupos o instituciones que son afectados o afectan el desarrollo de determinadas actividades

Tabla 2.**Matriz de Actores Locales.**

GRUPO DE ACTORES SOCIALES	ACTOR	ROL EN EL PROYECTO	RELACION PREDOMINANTE	JERARQUIZACIÓN DE SU PODER
Clasificación de los diferentes actores sociales en un espacio preciso	Conjunto de personas con intereses homogéneos que participan en un proyecto o propuesta	Funciones que desempeña cada actor y el objetivo que persigue con sus accionar	Se define como las relaciones de afinidad (confianza) frente a los opuestos (conflicto) 1. a favor 2. indiferente 3. en contra	Capacidad del actor de limitar o facilitar las acciones 1. alto 2. medio 3. bajo

Fuente: (TAPELLA, 2007)

1.4.1 Diagnostico Participativo

(CARVAJAL, 2011)Un diagnóstico implica el análisis “integral” de una localidad, abarcando todos los aspectos de la vida de la comunidad: economía, educación, salud, recreación y deporte, vivienda, familia, organización social, identidad. Es analizar su problemática, sus necesidades, sus potencialidades.

El diagnóstico participativo nos permite la investigación de la vida de las comunidades. Al diagnóstico participativo se lo conoce como un proceso que se debe seguir con agente locales sobre una información que se registra sistemáticamente.

(CARVAJAL, 2011)El diagnóstico participativo, visto como un proceso social, persigue, entre otros, los siguientes objetivos:

- ✓ Conocer a fondo una realidad social - Ser una base firme para la elaboración del Plan de Desarrollo
- ✓ Generar en la comunidad procesos de organización, concientización y movilización social

- ✓ Construir actores sociales y fortalecer el tejido comunitario
- ✓ Capacitar a la comunidad en diagnóstico, investigación social, elaboración de proyectos, participación.
- ✓ Fortalecer el liderazgo comunitario
- ✓ Constituir un espacio de encuentro y de discusión de los diferentes actores de la comunidad; de tal forma que supere las diferencias internas y genere un proceso de consenso y concertación.
- ✓ Ser una herramienta pedagógica para la enseñanza de la realidad local en los diferentes planteles educativos y comunitarios
- ✓ Lograr que la comunidad se apropie de la información resultante del estudio y la convierta en herramienta para la toma de decisiones, como también para afianzar su identidad.

Características del diagnóstico participativo. (CARVAJAL, 2011)

- ✓ Analítico: hace posible el análisis de las necesidades específicas y particulares de cualquier sector, permite revalorizar los elementos positivos que existen en la misma.
- ✓ Sencillo: sirve para obtener información útil de una manera fácil, siempre y cuando la comunidad disponga de datos ordenados y sistematizados.
- ✓ Participativo: procura la participación de todas las personas involucradas en la solución de los problemas que afectan a la comunidad.
- ✓ Compromiso: al realizar los trabajos del diagnóstico se van tomando acuerdos, mismos que emanan del sentir comunitario, lo cual conlleva a comprometer a los miembros de la comunidad y las dependencias que participan a cumplirlos.
- ✓ Incluyente: se promueve la participación de todos los usuarios de los recursos naturales, tengan o no derechos agrarios sobre ellos; se impulsa la participación de organizaciones de la sociedad civil, funcionarios públicos y asesores que inciden en la comunidad y faciliten el proceso de discusión, reflexión y consenso entre todos los actores involucrados.

- ✓ Útil: aprovecha toda la información disponible para conocer parte de la realidad de la comunidad y sus problemas.

Para desarrollar un diagnóstico participativo se necesita de herramientas como: (CARVAJAL, 2011)

Entrevista a informantes clave: serie de preguntas abiertas formuladas a algunos individuos seleccionados por su conocimiento y experiencia en un tema de interés. Las entrevistas son cualitativas, en profundidad y semiestructuradas. Están basadas en guías de entrevista en que se recogen los temas o preguntas.

Debates en grupos focales: debate moderado entre ocho a 12 participantes cuidadosamente seleccionados, con antecedentes semejantes. Los participantes podrían ser beneficiarios o personales del programa, por ejemplo. El moderador utiliza una guía de debate. Se toma nota de las observaciones y comentarios. (CARVAJAL, 2011)

Observación directa: utilización de un formulario de observación detallado para registrar lo que se ve y oye en el sitio de un programa. La información puede referirse a actividades en curso, procesos, debates, interacciones sociales y resultados observables. (CARVAJAL, 2011)

Miniencuesta: cuestionario estructurado con un número limitado de preguntas con respuestas estructuradas que se aplica a 50-75 personas. La selección de los encuestados puede ser aleatoria o “deliberada”. (NACION, 2004)

1.5 DESARROLLO SOSTENIBLE

La sostenibilidad es un término que conlleva a hechos futuros, es un conjunto de principios que da inicio a la perdurabilidad.

Una actividad sostenible, “será aquella cuyos impactos económicos, sociales y ambientales permitan complacer las necesidades del presente, sin limitar la habilidad de satisfacerlas, con el mismo grado de plenitud y disfrute, en el futuro” (FOTIU, 2010).

El concepto más utilizado sobre desarrollo sostenible es de la comisión de Brundtland la cual la define como "El desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades”.

Un desarrollo sostenible se alcanza cuando se atiende en forma balanceada, tres principios básicos (FOTIU, 2010):

- ✓ Económico: La actividad se basa en prácticas empresariales adecuadas, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo de la empresa.
- ✓ Ambiental: La actividad se desenvuelve considerando, a su vez la forma en que se utiliza los recursos naturales e idealmente,, aportando a su conservación y cuidado.
- ✓ Socio-cultural: La actividad se realiza sin perjudicar o afectar el tejido social existente en la comunidad donde se desarrolla, por lo cual, se prevén todas las acciones posibles para respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla.

El desarrollo sostenible es una estrategia aplicada en entidades que desean incursionar en el turismo, pues toda empresa debe estar prepara para

desarrollar recursos que les permitan satisfacer necesidades tanto del presente como del futuro.

Las características que debe reunir un desarrollo para que lo podamos considerar sostenible son:

- ✓ Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental.
- ✓ Asegura que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.
- ✓ Usa los recursos eficientemente.
- ✓ Promueve el máximo de reciclaje y reutilización.
- ✓ Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.
- ✓ Restaura los ecosistemas dañados.
- ✓ Promueve la autosuficiencia regional.
- ✓ Reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano.

El desarrollo sostenible está relacionado con políticas relacionadas con factores tanto económicos, sociales como ambientales, pues estos son los tres pilares fundamentales del desarrollo.

1.5.1 Turismo Sostenible.

La OMT (OMT, 2004) mantiene que el Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

(OMT, 2004) Es preciso salvaguardar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo, para llevar a cabo el desarrollo de la actividad para conocer la viabilidad y competitividad existente.

Los retos que afronta el Turismo Sostenible deben estar relacionados con:

- a. Modelos de consumo, atendiendo especialmente a la estacionalidad y al tipo de turismo.
- b. Modelos productivos, teniendo en cuenta la oferta y los destinos turísticos

(OMT, 2004) El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Al igual que el desarrollo, el turismo sostenible se ha convertido en una estrategia para el desarrollo económico local.

(OMT, 2004) Los principios que concretan que se desarrolle el turismo sostenible son:

- ✓ Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- ✓ El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- ✓ La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- ✓ Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- ✓ Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

El turismo sostenible dentro del Ecuador.

El Ecuador plantea como una estrategia de desarrollo turístico al Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 (PLANDETUR2020), el cual tiene como objetivo planificar el desarrollo de la actividad turística involucrando a todos los actores y sintetizar un proceso participativo en el cual se practique un turismo sostenible que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino.

El PLANDETUR busca potenciar en los próximos años un desarrollo integral con visión sectorial para lograr un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida.

Dentro de la población ecuatoriana se enfrentan varios retos como el de construir una sociedad más incluyente y equitativa de emprendedores que permitan el desarrollo del país a través del turismo sostenible.

(PLANDETUR, 2007) Ecuador dentro de sus políticas de desarrollo , presenta líneas de acción en la cuales busca interactuar la economía nacional en torno a la actividad turística, mediante el funcionamiento coordinado entre actores públicos, privados y comunitarios a través de una gestión descentralizada y eficiente buscando ser competitivos dentro del sistema turístico con productos y servicios sostenibles de calidad y con valor agregado, optimizando las oportunidades que genera el turismo para la mejora en la calidad de la sociedad involucrada.

1.6 MARCO METODOLÓGICO

De manera general para la realización de la investigación se utilizan métodos como:

1.6.1 Método Inductivo.

Este método permite ordenar hechos que se logran mediante la observación, extrayendo así conclusiones mediante la acumulación de información obtenida. Dentro de este método se debe dar pasos como:

- ✓ Observación y registro de hechos.
- ✓ Análisis y clasificación
- ✓ Derivación a partir de lo observado

1.6.2 Método Bibliográfico.

Mediante el desarrollo de la investigación se realiza revisiones de Planes Estratégicos ya diseñados que maneja el Cantón Mejía como manera de planificación territorial, para conocer bajo que objetivos estratégicos se debe manejar los programas a desarrollarse dentro del Cantón.

De manera concurrente se asiste a bibliotecas locales para la revisión de bibliografías que permite conocer de manera profunda la zona en la se realiza la investigación.

1.6.3 Metodología por Objetivos.

Objetivos:

- ✓ Establecer un diagnostico participativo, mediante la participación de actores locales, para reconocimiento de problemas y capacidades del sector.

Para dar cumplimiento a este objetivo se realizara una investigación que nos permita conocer la capacidad de desarrollo, las oportunidades y potencialidades, así como los recursos disponibles con los que cuenta el sector “La Merced”, para ello se realiza talleres participativos con los

socios de la Asociación Sincholhua, entrevistas dirigidas hacia actores locales que intervienen en el ámbito turístico dentro del barrio Pedregal.

- ✓ Definir vocaciones con las cuales cuenta el sector, mediante el análisis de potencialidades, y características encontradas, para la fijación de estrategias.

Durante el cumplimiento de este objetivo se realizara una identificación de aptitudes y capacidades especiales que tiene la localidad para su desarrollo. Para ello se identificara productos turísticos, para conocer su futuro, es decir el potencial turístico con el que cuenta.

- ✓ Plantear objetivos estratégicos y estrategias locales, para la identificación de proyectos.

Dentro del cuarto objetivo, a través de la estrategia seleccionada, se requiere identificar y seleccionar los proyectos de inversión que darán concreción efectiva al plan de desarrollo.

1.7 MARCO LEGAL.

La legislación dentro del desarrollo de una investigación es muy importante, pues de ella nace la esencia de la planificación. La normativa que rige dentro de cada país y región está dada de acuerdo a las características territoriales y sociales que cada una abarca.

Por medio de las siguientes legislaciones referentes tanto a la planificación territorial como la participación ciudadana para el desarrollo se justifica el ámbito legal de la presente investigación.

Dentro del Ecuador rigen políticas que permiten determinar una actividad de desarrollo económico siendo así como principal lineamiento la constitución.

1.7.1 Constitución de la República del Ecuador.

Dentro de los principios fundamentales de la constitución política se puede apreciar que: *“Son deberes primordiales del Estado: Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.”* (Art.3) **(ECUADOR C. P., 2008)**

En el capítulo cuarto menciona sobre los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades con respecto a derechos colectivos: *“Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.”* (Art.57) **(ECUADOR C. P., 2008)**

Los principios ambientales que se puede apreciar en la Constitución Política menciona que: *“El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere Impactos ambientales.”* (Art. 395) **(ECUADOR C. P., 2008)**

En la sección Régimen de Desarrollo capítulo primero el Estado especifica que la sociedad asume un rol muy importante dentro de la planificación, para ello menciona: *“Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.”* (Art.278) **(ECUADOR C. P., 2008)**

En la misma sección, en el capítulo segundo habla acerca de la planificación participativa para el desarrollo, lo cual menciona lo siguiente: *“El*

Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.” (Art. 280) (ECUADOR C. P., 2008)

Plan Nacional de Desarrollo. (Plan Nacional del Buen Vivir 2007)

En este marco se establece el carácter participativo de la planificación como condición para el logro del Buen Vivir (Arts. 275, 276, 278, y 279) se señala que: *corresponde a todas las personas, colectividades y diversas formas organizativas participar en las fases y los espacios de la gestión pública, así como en la planificación del desarrollo nacional y local y en la ejecución y el control del cumplimiento de planes de desarrollo, que fomenten la participación y el control social, con el reconocimiento de las diversas identidades y la promoción de su representación equitativa en todas las fases de la gestión del poder público.*

El Plan Nacional cuenta con ejes programáticos, de los cuales se ahondara en base al segundo eje programático, pues dentro de tal eje se encuentra el objetivo N.- 7 el cual es :*“Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”*. (SENPLADES, 2013)

Este objetivo permite relacionar la planificación con el turismo, ya que permite crear espacios públicos para que la sociedad disfrute y emplee su tiempo de ocio en actividades culturales, artísticas, físicas, entre otras.

1.7.2 Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (2010)

Las disposiciones del presente código regulan el ejercicio de las competencias de planificación y el ejercicio de la política pública en todos los niveles de gobierno, el Plan Nacional de Desarrollo, los planes de desarrollo y de ordenamiento territorial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

El código orgánico menciona en el capítulo primero de la planificación para el desarrollo lo siguiente: *“La planificación del desarrollo se orienta hacia el cumplimiento de los derechos constitucionales, el régimen de desarrollo y el régimen del buen vivir, y garantiza el ordenamiento territorial. El ejercicio de las potestades públicas debe enmarcarse en la planificación del desarrollo que incorporará los enfoques de equidad, plurinacionalidad e interculturalidad.”*(Art.9) (COPYFP, 2010)

Además el Código Orgánico de la Planificación menciona que : *“Se sujetan al Plan Nacional de Desarrollo las acciones, programas y proyectos públicos, el endeudamiento público, la cooperación internacional, la programación, formulación, aprobación y ejecución del Presupuesto General del Estado y los presupuestos de la banca pública, las empresas públicas de nivel nacional y la seguridad social.”* (Art.34) (COPYFP, 2010)

1.7.3 Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2014)

La vigente Ley menciona que tiene por objeto: *“Propiciar, fomentar y garantizar el ejercicio de derecho de participación de las ciudadanas y ciudadanos, colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas m pueblos afro ecuatoriano y montubio, y demás formas de organización lícitas de manera protagónica, en la toma de decisiones que corresponda la organización colectiva autónoma y la vigencia d las formas de gestión pública con el concurso de la ciudadanía.”*(Art.1) (CIUDADANA, 2014)

De acuerdo con la planificación local, existen entes reguladores y consejos que estipula la ley orgánica, y que dichos consejos: *“Son espacios encargados de la formulación de los planes de desarrollo, así como de las políticas locales y sectoriales que se elaboraran a partir de las prioridades, objetivos estratégicos del territorio, ejes y líneas de acción, definidos en las instancias de participación.”*(Art.66) (CIUDADANA, 2014)

1.7.4 Código de Ordenamiento Territorial Autonomías y Descentralización

De acuerdo al presente código tiene como uno de sus principios la participación ciudadana y menciona lo siguiente: *“La participación es un derecho cuya titularidad y ejercicio corresponde a la ciudadanía. El ejercicio de este derecho será respetado, promovido y facilitado por todos los órganos del Estado de manera obligatoria, con el fin de garantizar la elaboración y adopción compartida de decisiones, entre los diferentes niveles de gobierno y la ciudadanía, así como la gestión compartida y el control social de planes, políticas, programas y proyectos públicos, el diseño y ejecución de presupuestos participativos de los gobiernos.”*(Art. 3) (COOTAD, 2010)

Como otro principio fundamental y al que se acota la investigación es la Sustentabilidad del desarrollo en lo cual menciona lo siguiente: *“Los gobiernos autónomos descentralizados priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios. La aplicación de este principio conlleva asumir una visión integral, asegurando los aspectos sociales, económicos, ambientales, culturales e institucionales, armonizados con el territorio y aportarán al desarrollo justo y equitativo de todo el país.”* (Art.3) (COOTAD, 2010)

Dentro de este presente código se puede mencionar que la planificación es: *“La planificación es la capacidad para establecer y articular las políticas, objetivos, estrategias, y acciones como parte del diseño, ejecución y evaluación de planes programas y proyectos, en el ámbito de sus competencias y de su circunscripción territorial, y en el marco del Sistema Nacional de Planificación.”*(Art.116) (COOTAD, 2010)

En concordancia con el código territorial la planificación del desarrollo menciona que: *“Los gobiernos autónomos descentralizados, con la participación protagónica de la ciudadanía, planificarán estratégicamente su desarrollo con visión de largo plazo considerando las particularidades de su jurisdicción, que además permitan ordenar la localización de las acciones públicas en función de las cualidades territoriales.”* (ART.295) (COOTAD, 2010)

Los planes de desarrollo deberán contener al menos los siguientes elementos:

- a) Un diagnóstico que permita conocer las capacidades, oportunidades y potencialidades de desarrollo y las necesidades que se requiere satisfacer de las personas y comunidades;
- b) La definición de políticas generales y particulares que determinen con claridad objetivos de largo y mediano plazo;
- c) Establecimiento de lineamientos estratégicos como guías de acción para lograr los objetivos.
- d) Programas y proyectos con metas concretas y mecanismos que faciliten la evaluación, el control social y la rendición de cuentas. (ART.295) (COOTAD, 2010)

El análisis de la terminología dentro de la fundamentación teórica, permitieron tener una base sólida para realizar una investigación de calidad. A continuación se presenta el diagnóstico participativo del sector “La Merced” .

CAPÍTULO II

2.- DIAGNÓSTICO

Según (CARVAJAL, 2011) el diagnóstico implica el análisis “integral” de una localidad, abarcando todos los aspectos de la vida de la comunidad o territorio. A continuación se desarrollará un mapeo de la zona, el análisis de problemas del sector como identificar sus potencialidades turísticas, el análisis del mercado mediante la determinación del perfil del turista y el inventario de la zona involucrada.

2.1 MAPEO DE LA ZONA:

2.1.1 PROVINCIA DE PICHINCHA: Datos Generales

Provincia con zonas bien diferenciadas, los Andes Orientales y los Andes Occidentales en donde sobresalen nevados, montañas y volcanes, tales como el volcán Guagua Pichincha, que forman parte de la indescriptible avenida de los volcanes. (RODRIGUEZ, 2010)

Aunque el nombre del volcán Pichincha es inmemorial y su origen se pierde en los tiempos, su utilización para designar a una provincia del país ecuatorial es relativamente nueva y arranca de la Independencia.

Tabla 3
Datos Principales de la Provincia de Pichincha

Capital	Quito
Extensión	13 465 km
Superficie	9.536 km ²
Población	2'576.287
Cantones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Quito ✓ Cayambe ✓ Mejía ✓ Pedro Moncayo ✓ Rumiñahui ✓ San Miguel de los Bancos

Continua



	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pedro Vicente Maldonado ✓ Puerto Quito
Límites Provinciales	NORTE: Provincia de Imbabura y Esmeraldas. SUR: Provincias de Cotopaxi y Los Ríos. ESTE: Provincias de Sucumbios y Napo. OESTE: Provincias de Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsachilas

Fuente: (Gobierno Provincial de Pichincha, 2011)



Figura 2. Ubicación Geográfica de la Provincia de Pichincha

Fuente: (Gobierno Provincial de Pichincha, 2011)

a). Aspecto Económico

La actividad económica de un sector está relacionada con las actividades productivas, volumen de producción y comercialización de los mismos. La provincia tiene una importancia estratégica en términos de la producción y comercialización de bienes y servicios, en la provincia se encuentra la capital política administrativa del país y uno de los centros productivos de bienes y servicios más importantes.

Sector Agropecuario: el 55% de superficie cultivada en Pichincha corresponde a pasto y el 8% a pasto cultivado con presencia de árboles, 9% a misceláneos de ciclo corto y en cuarto lugar está el cultivo de palma africana. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

Sector Manufacturera: En Pichincha, la actividad manufacturera se concentra en la ciudad de Quito, la PEA es de 158 mil personas aproximadamente. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

Sector agroindustrial: En el DMQ se concentran 1908 establecimientos económicos dedicados a la elaboración de productos alimenticios con una facturación de 1.859 millones de dólares de ingresos anuales, es la gran empresa la que tiene la mayor participación en los ingresos (91,3%) mientras la microempresa participa con el 2,37%. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

Sector turístico: La provincia, concretamente el DMQ, es el principal centro de distribución de turistas a nivel nacional, presentando una doble dinámica: como receptor de turistas y centro de distribución a otras ciudades. El MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador) indica que el 63,38% de turistas visitó Quito como uno de los destinos turísticos al visitar Ecuador, seguido de Guayas con 40,38% e Imbabura con 18,38%. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

El resto de cantones de la provincia constituye un atractivo mucho menor, dado que atrae a menos del 1% de turismo, de acuerdo a ese estudio. Esto implica que el turismo hacia zonas como por ejemplo: Machachi, Sangolquí, Cayambe, Mindo, es principalmente turismo interno. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

b). Aspecto Ambiental

El medio ambiente involucra la descripción y caracterización de elementos del medio geográfico tales como: pisos climáticos, recursos minerales, recursos hídricos, flora y fauna.

La provincia presenta una variedad de climas debido a las diferencias de altitud, localización geográfica y orientación; desde el frío intenso de los páramos andinos (entre 4 y 8°C) hasta el tropical que tiene una temperatura media entre 20 y 25 °C; en los valles la temperatura media oscila entre 12 y 15 °C. (Gobierno Provincial de Pichincha, 2011)

El eje hidrográfico de la provincia es el río Guayllabamba que integra a los valles de Guayllabamba, con clima cálido, sus principales ríos son: El Blanco, el Pisque, el Pita y el San Pedro. (RODRIGUEZ, 2010)

La flora que se encuentra en esta provincia de manera representativa tiene al algarrobo, cholán, quishuar, guarango, chilca, romerillo, pumamaqui, zonas depajonales, churihuas, entre otras. (VASQUEZ, 2010)

La fauna que representa a la provincia de Pichincha está constituida principalmente por el colibrí, gaviotas andinas, cóndor, patos, gligles, quilicos, halcones, tórtolas, lechuzas, gallos de la peña en Mindo y como oso de anteojos, lobos, venados de cola blanca, cervicabras, conejos, chucuris, lagartijas, guagsas, sapos, truchas entre otras. (VASQUEZ, 2010)

c). Aspecto Socio-Cultural

Pichincha tiene una población de 2.576.287 personas de las cuales el 51% son mujeres y el 49% son hombres. Por el número de habitantes, Pichincha es la segunda provincia más poblada del país con el 17,8%. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

La infraestructura de servicios básicos en la provincia comprende, servicio eléctrico 99,1%, servicio telefónico 59,5%, abastecimiento de agua

93,4%, eliminación de basura 94,6% y conexión de servicio higiénico 87,7%. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

De acuerdo al aspecto educativo, Pichincha es la provincia con más escolaridad con 10,6 años y posee 2.271 establecimientos educativos que equivale al 20.41% del total del país. El total de camas hospitalarias en la provincia es de 5.542 y que corresponde al 23% del total del país. Pichincha posee el 50% de los hospitales de especialidades. (GOBIERNO PROVINCIAL DE PICHINCHA, 2015)

Recreación (Turismo).

La provincia presenta una condición de territorio con una doble dinámica, siendo que presenta: a) una alta receptibilidad de mercado tanto interno como receptivo y b) desplazamientos al interior del país que se originan en su gran mayoría desde la provincia. Sin embargo, al desagregar la distribución turística provincial es evidente la alta concentración que mantiene el Distrito Metropolitano de Quito respecto a la demanda turística territorial, así pues Quito en su parte urbana concentra el 41% equivalente a 467.801 visitantes correspondientes al turismo receptivo del país. (Gobierno Provincial de Pichincha, 2011)

La actividad turística con el pasar de los años va tomando impulso, siendo la provincia de Pichincha uno de las mayores receptores de turistas por su variedad de atractivos turísticos dentro de sus cantones, entre ellos el cantón Mejía.

2.1.2 CANTÓN MEJÍA.- Datos Generales.

El Cantón Mejía se destaca por poseer tres zonas plenamente definidas:
1) pie de monte occidental que corresponde a declives y llanos de la parte baja

del Corazón y Atacazo, 2) el hermoso valle andino rodeado de sus ocho montañas donde se encuentra Machachi su cabecera cantonal y 3) zona de los pedregales o altiplano del Rio Pita entre los volcanes Sincholagua y Cotopaxi. (GOBIERNO MUNICIPAL DE MEJIA, 2014)

Tabla 4.

Datos Principales del Cantón Mejía

Cabecera Cantonal	Parroquia de Machachi
Extensión	1,459.2 km
Población	62.888 hab
Parroquia Matriz (Urbana)	✓ Machachi
Parroquias Rurales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alóag. ✓ Aloasí. ✓ Manuel Cornejo Astorga (Tandapi). ✓ Cutuglagua. ✓ El Chaupi. ✓ Tambillo. ✓ Uyumbicho.
Limites Cantonales	NORTE: Cantón Rumiñahui, DMQ y Santo Domingo SUR: Provincia de Cotopaxi ESTE: Provincia de Napo OESTE: Provincia de Cotopaxi y Cantón Santo Domingo

Fuente (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

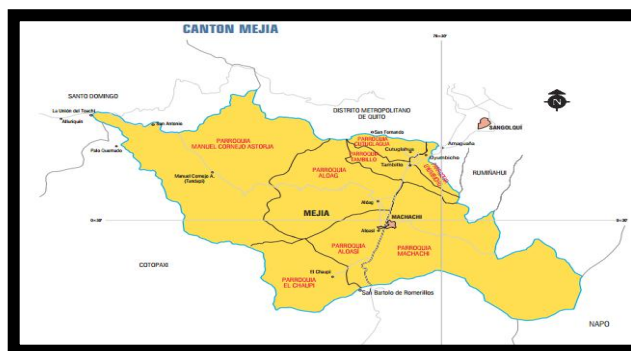


Figura 3. Ubicación Geográfica del Cantón Mejía

Fuente: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

a). Aspecto Económico:

La relación de la producción ganadera con la superficie de los lotes, y en total, con la superficie del cantón permite visualizar un aprovechamiento racional de uso de suelo para ganadería de leche y carne. El ganado bovino en la parroquia Machachi, representa el mayor número de cabezas y corresponde al 37 % del total cantonal, mientras el resto del porcentaje se reparte entre las otras parroquias, con el máximo del 17 % en Alóag y el mínimo de 3 % en Cutuglagua. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

El cantón se caracteriza por tener grandes haciendas de tipo tradicional, las mismas que han tenido mucha importancia. El advenimiento del proceso de modernización que afectó a casi toda la Sierra ecuatoriana propició el que varias de ellas se transformaran en haciendas de tipo empresarial, las mismas que han marcado un hito en el cambio de sistema de administración y por lo tanto el nivel de productividad alcanzado. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

b). Aspecto Ambiental:

Los recursos hídricos del Cantón Mejía son la microcuenca del río San Pedro perteneciente a la subcuenca del río Guayllabamba, al oeste el curso superior de la microcuenca del río Toachi, su cauce principal el río Pilatón, pertenece a la subcuenca del río Blanco. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

El Cantón posee diferentes tipos de suelo como los arenosos derivados de materiales piroclásticos poco meteorizados, suelos negros, profundos, limosos o limo arenosos derivados de materiales piroclásticos, con presencia de arena muy fina y suelos derivados de materiales piroclásticos, de texturas seudolimosas, con gran capacidad de retención de agua. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

De acuerdo a los diferentes tipos de suelo se puede apreciar floradas de diferentes tipos, entre las más representativas están: Los árboles de cauchillo, cedro, nogal, canelo, matapalos de los géneros ficus, sandalla, ortiga del monte, úrea, zagalita, cascarilla, romerillo, coquito de montaña, cedro, malva, arrayán, entre otras (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011).

c). Aspecto Socio-Cultural:

El cantón Mejía está compuesto por 64.820 habitantes en el sector rural (80%) y 16.515 habitantes en el sector urbano (20%), constituyendo esta población un 3,15% del total de la provincia de Pichincha. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

El cantón Mejía cuenta con un Centro de Salud Hospitalario que presta atención básica y complementaria en la cabecera cantonal; además posee siete Sub centros de Salud Rural y un Dispensario del IESS. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Existe un porcentaje importante de personas que no han recibido ningún nivel de instrucción (4,53%). De éste grupo de población se desprende también un dato importante, que más de las dos terceras partes son mujeres, evidenciando que existe una inequidad importante con respecto al acceso a la educación entre hombres y mujeres. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

La gran mayoría de personas del Cantón tienen acceso al agua 95.15%, de ellas el 69 % de la población se encuentra abastecido de agua mediante la red pública, pero existe también un importante porcentaje, 25 %, que se abastece de ríos o vertientes, sin el adecuado tratamiento, limitándose a la cloración del agua únicamente. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015). La cobertura de la red de alcantarillado a nivel cantonal alcanza el

68,22%, y un importante porcentaje del 31,78 no cuenta con este servicio. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

El Cantón Mejía cuenta con el 98,15% de la población cuenta con redes de luz eléctrica.

Cultural: La tradición y costumbres que posee el Cantón Mejía, se aprecia mediante las siguientes celebraciones durante el transcurso del año:

- ✓ Segunda semana de julio: Procesión del Chagra.
- ✓ Carnaval: El cascaronazo.
- ✓ 23 de julio: Fiestas de Cantonización.

Recreación (Turismo)

El turismo se proyecta como una actividad sostenible dentro del Cantón Mejía, ubicado en la serranía ecuatoriana, presenta un paisaje muy natural y hermoso, invita a disfrutar todo tipo de turismo, como por ejemplo el turismo de montaña, recreacional, científico, religioso. Posee características ecológicas, paisajísticas y biológicas, sobresalientes, aquí la grandiosidad de la naturaleza es manejada para el beneficio de la sociedad. (ANAGUANO, 2009)

El Cantón Mejía forma parte de una de las principales arterias del turismo, como lo es la Ruta de los Volcanes, de manera especial su cabecera cantonal la parroquia de Machachi.

2.1.3 MACHACHI.- Datos Generales

El Padre Pablo Reyes, en su monografía sobre el cantón Mejía menciona que Machachi significa “Gran terreno activo”. La planicie de la que nace uno de

los ríos que pasan por Machachi –el Pedregal- también atestiguan ese pasado volcánico: no hay humedal, manantial o paramo que no esté lleno de los piroclastos que ha expulsado el Cotopaxi en alguna de sus erupciones. (LOPEZ, 2015)

Tabla 5.

Datos Principales de la Parroquia de Machachi.

Extensión: 415.94 Km	
Temperatura: Entre 1,8 y 21,5° C.	
Barrios:	
BARRIOS URBANOS ZONA CENTRO: Santa Rosa, La Magdalena, La Pólvara, La Salud, Mariscal Sucre, Libertador, América, El Señor de la Santa Escuela, Álamos, Urbanización La Paz , La Alborada, José Mejía, El Hogar, Forestal, Hermano Miguel, El Mercado, Urbanización Mariana de Jesús, San Vicente, Francisco de Tahuachi, Urbanización San Antonio, El Complejo, La Bomba, Ciudadela El Campo, San Antonio, El Tambo, Urbanización José Ricardo Albuja. ZONA OCCIDENTAL: El Timbo, El Chan, Pilongo, Urbanización La Primavera, La Avanzada. ZONA SUR: Nuestra Señora del Cisne, Lotización Luis Fernando Merlo, Tucuso, Chanzas, San Agustín de Valencia	BARRIOS RURALES Barrio Tucuso Barrio Chanizas Barrio Puichig Barrio San Agustín Barrio Guitig Alto Barrio Guitig Bajo Barrio San Miguel Barrio Pedregal
Límites:	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ NORTE: Parroquia Tambillo, Cantón Rumiñahui. ✓ SUR: Parroquia Chaupi, páramos del Volcán Rumiñahui. ✓ ESTE: Cantón Archidona. ✓ OESTE: Parroquia de Aloasi, Aloag. 	

Fuente: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)



Figura4.Ubicación Geográfica de la Parroquia de Machachi.

Fuente: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

a). Aspecto Económico.

Dentro de la parroquia una gran parte económica está vinculada al sector terciario y representa el 43,53 %; que se encuentra relacionado con los servicios (comunicaciones, telecomunicaciones, comercio, banca, seguros, servicios públicos, sociales y turismo). (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

El segundo sector más ocupado es el sector primario con un 24,25 % y abarca actividades relacionadas a la agricultura, ganadería, animales de corral, bosques y minería. Por último el sector secundario es el que menor población ocupada tiene (23 %) y está relacionado con las industrias básicas, de transformación, de uso consumo y construcción. El 3,03 % y el 6,21 % representa a trabajadores nuevos y no declarados. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Las actividades que mayoritariamente se desarrollan son aquellas que están vinculadas al sector de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en donde el área urbana tenemos un porcentaje del 11,96% y el área rural 24,09 %, seguido del comercio al por mayor y menor con 20,37 en el área urbana y en área rural 13,81 % y la industria manufacturera con 13,60% en el área urbana y 14,57 % en el área rural. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

b). Aspecto Ambiental:

Recurso Hídrico: La hoya Machachi incluye parte del callejón interandino y parte de la cordillera occidental, por allí recorre los ríos Pita y San Pedro.

Tipos de Suelo: En la parroquia de Machachi se observa un paisaje caracterizado por relieves desde muy bajos a muy altos de origen volcánico asociados a las formaciones Cangahua, Macuchi y Silate, y volcánicos, donde

los suelos son en su mayoría de texturas franco arenosas y francas. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Hacia el centro encontramos relieves de origen volcánico y fluvial lacustre asociados a la formación. En el sur se observa la presencia, principalmente de un paisaje caracterizado por relieves volcánicos colinados y relieves. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Flora: Por las diferentes fuentes de agua que recorren su territorio y por las distintas zonas de vida se encuentra plantas como: La achupalla, la chuquiragua, el mortiño, el sigse, el romerillo , álamo blanco, angoyuyo, arrayan, achicoria, berros, borraja, caballo chupa, botoncillo, cabuya, capulí, payco, romero, taxo, zunfo, entre otras. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Fauna: Debido a que la parroquia posee diferentes zonas de vida se puede apreciar una variedad faunística como: oso, venado de cola blanca, águila, puma, sapo, guagsa, lagartija, cóndor, gligles, lobo de páramo, raposa, conejo, torcaza, quilico, huairachuro, entre otros. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

c). Aspecto Socio-Cultural

Durante el estudio socio-cultural se hace referencia a aspectos tanto sociales como culturales de una comunidad o sociedad. Es por ello que es necesario analizar aspecto como población, servicios básicos, salud, educación, servicio vial, cultura, recreación.

Población: La tasa anual de crecimiento poblacional es del 1.29%, el cual es un índice bastante manejable y refleja un moderado crecimiento y

expansión. Machachi cuenta con una población aproximada de 30.949, lo cual el 20,30% pertenece a la población urbana, mientras que el 79,70% pertenece a la población rural. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Servicios Básicos: Agua.- La parroquia al ser cabecera cantonal cuenta con un 98,21% de agua en tubería mientras que el 1,79 no cuenta con agua por tubería. **Alcantarillado.-** Las redes de alcantarillado del área urbana de Machachi, comprenden dos sectores principales divididos por la quebrada Tímbug, el sector sur que representa aproximadamente un 70% del área urbana, en el que está ubicado el centro de la ciudad. **Energía eléctrica.-** Machachi cuenta con una planta energética con capacidad generadora de 2.000 kw, que integra al sistema de la Empresa Eléctrica Quito el 97%. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Salud: Machachi por ser la cabecera cantonal, cuenta con un hospital básico y un centro de salud, obteniendo una buena cobertura en el sector. Además los ciudadanos pueden encontrar atención médica preventiva de modo privado. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Educación: La parroquia de Machachi cuenta con 15 centros de educación inicial, 20 centros de educación básica y siete unidades de bachillerato entre públicos y privados. Se idéntica en un 6.9% de analfabetismo en la parroquia identificados en la población rural.

Servicio Vial: Machachi cuenta con vías de acceso de primer orden en el centro de la ciudad, en sus alrededores cuenta con vías de segundo y tercer orden. (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Recreación: Machachi goza de una ubicación privilegiada en el ámbito geográfico lo cual le ha permitido el establecimiento de varias actividades productivas y entre las más modernas la realización de actividades turísticas. Las actividades turísticas están enfocadas en dar a conocer la forma de vida del personaje emblemático de esta parroquia, el “chagra”.

Dentro de los establecimientos turísticos categorizados y registrados en el Sistema Integrado de Información Turística del Ministerio de Turismo con fecha 20 de diciembre del 2014 tenemos 159 establecimientos categorizados de la siguiente manera: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

Tabla 6.

Conformación de Establecimientos Turísticos de la Parroquia de Machachi.

ACTIVIDAD TURÍSTICA	TIPO DE ACTIVIDAD	CATEGORÍA	N°
Agencia de Viajes y Turismo	Agencia de Viajes	Operadoras	2
	Albergue	Segunda	1
Alojamiento	Campamento Turístico	Primera	1
		Segunda	1
	Hostal	Tercera	1
		Segunda	3
	Hostal Residencia	Tercera	1
	Hostería	Primera	7
		Segunda	6
	Motel	Tercera	2
		Segunda	4
	Pensión	Tercera	3
Segunda		1	
Alimentos y bebidas	Bar	Tercera	5
		Tercera	3
	Cafetería	Cuarta	3
		Segunda	2
	Fuente de Soda	Tercera	15
		Primera	4
Restaurante	Segunda	5	
	Tercera	29	
	Cuarta	45	
Recreación, diversión y esparcimiento	Termas y Bañeros	Segunda	4
TOTAL			159

Fuente: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2015)

El movimiento turístico de la parroquia está basado en sus alrededores ya que son barrios que abarcan cultura así se encuentra el barrio el Pedregal.

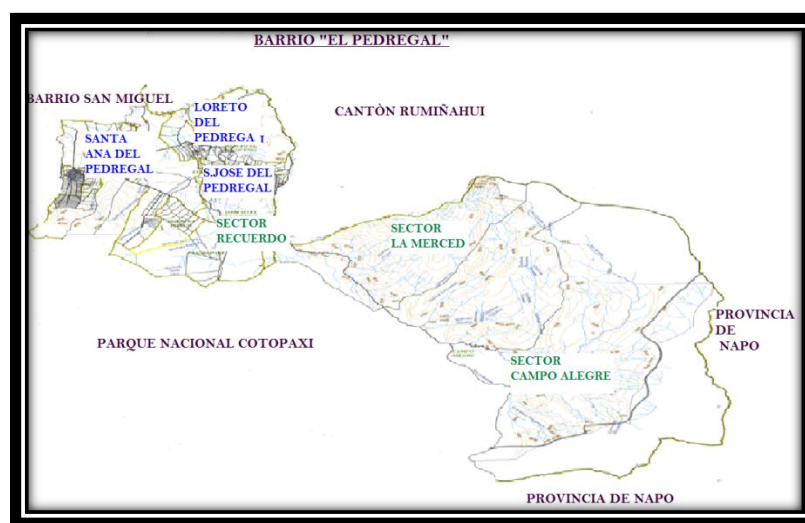
2.1.4 BARRIO “PEDREGAL”: Datos Generales

La expresión “Pedregal” según sus pobladores, se debe a la gran cantidad de piedras encontradas en la zona, producto de la erupción del volcán Cotopaxi.

Tabla 7.**Datos Principales del Barrio Pedregal.**

Extensión:	33.393 hectáreas
Temperatura:	Entre los 10 y 12 °C
Comunidades:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Santa Ana del Pedregal ✓ Loreto del Pedregal ✓ San José del Pedregal ✓ Sector Recuerdo ✓ Sector la Merced ✓ Sector Campo Alegre
Limites:	NORTE: Cantón Rumiñahui SUR: Parque Nacional Cotopaxi. ESTE: Provincia de Napo OESTE: Barrio San Miguel

Fuente: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2016)

**Figura 5. Ubicación Geográfica del Barrio Pedregal**

Fuente: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2016)

a). Aspecto Económico:

La agricultura es una de sus principales actividades económicas pues sus suelos fértiles se prestan para la cosecha de papas y habas, que forman parte de su alimentación y que a la vez son comercializados en las ferias de la ciudad de Machachi.

La ganadería, por su amplia ubicación geográfica, se ha transformado en un movimiento económico tanto para el desarrollo individual, como también para la formación de asociaciones y la creación de empresas privadas con el fin de obtener utilidades de esta actividad. Ver Anexo 1

Dentro de las actividades productivas que se desarrolla en el barrio Pedregal la piscicultura es una de las actividades que se presentan, debido a la existencia de ríos y acequias que le atraviesan por este barrio.

b). Aspecto Ambiental:

Dentro del barrio Pedregal existe una organización denominada Fondo para la protección del Agua, (FONAG) que se encarga del cuidado del medio ambiente y protección del agua, pues es una zona que posee variedad de flora y fauna, a la vez vertientes de agua.

Recurso Hídrico: Debido a su ubicación geográfica en el Pedregal se aprecia la cuenca del río Pita, de donde nacen los afluentes como la acequia San José, Guitig y Chilcabamba.

Uso de Suelo: Según sus habitantes en un 75% de suelo es utilizado para la agricultura, mientras que el 25% restante es páramo que se encuentra bajo protección.

Fauna: Los mamíferos que se pueden encontrar en la zona son el venado, lobo de páramo, cervicabra, puma, venado de cola blanca, conejo, zorrillo, caballo cimarrón, oso y musaraña. Existe gran variedad de especies de aves representadas por el cóndor andino, ligles, gavián de espalda roja, curiquire, búho, torcaza, gaviota andina, perdiz de páramo, lechuza, gallareta, pato punteado, compadre gaspar y quilico. (Jácome, 2009)

Flora: La mayor parte de la flora que se encuentra en el sector está formada por plantas leñosas y epifitas. Entre ellas hay algunas medicinales y otras relacionadas con especies cultivadas, tales como el sunfo y ashpa-chocho. Las plantas que se encuentran en el área son chuquiraguas, pajonales, gencianas, árboles de puma maqui, romerillo y quishuar, entre gramíneas, musgos y líquenes. (Jácome, 2009)

c). Aspecto Socio-Cultural:

Población.- Dentro del Barrio el Pedregal, habita aproximadamente 120 familias, conformadas de tres a cuatro miembros. (JUNTA ADMINISTRADORA DE AGUA POTABLE , 2010)

Educación.- El Pedregal cuenta únicamente con una escuela de educación inicial y primaria, “Escuela Ana María Velasco de Donoso”, a la cual asisten 41 alumnos. Gran parte de la población opta por enviar a sus hijos a las escuelas de la ciudad de Machachi debido al desarrollo que presenta la ciudad. (GUAÑUNA, 2016)

Salud.-No existe ningún centro de salud tanto público como privado.

Tipo de Vivienda.- Se puede apreciar vivienda de construcción mixta, es decir de cemento y zinc.

Tabla 8.
Servicios Básicos del Barrio Pedregal.

Barrio	Agua	Recolección de Basura	Alcantarillado	Energía eléctrica	Comunicaciones
PEDREGAL	Entubada	Si Cuenta	No cuenta	Sistema Interconectado	Comunicación Móvil
	“Junta Administradora de Agua Santa Ana y Loreto del Pedregal	Gobierno Autónomo Descentralizado de Mejía.		“Empresa Eléctrica Quito”	Telefonías Móviles “Claro”

Transporte: El transporte para acceder al barrio y a sus alrededores son públicos y privados: El transporte público lo brinda la Asociación de Transportistas “Machacheñas” pertenecientes a la ciudad de Machachi, que cubre la ruta Machachi-Pedregal, todos los días del año. Dentro del transporte privado se encuentra la Asociación de camionetas “Trans. Dolorosas, y Trans. Luis Cordero”, su costo de alquiler varía entre los 10\$ y 12\$, hacia el barrio el Pedregal.

Para servicios turísticos existe la empresa de trans. “Pedregaltours”, esta empresa brinda servicios al Pedregal y sus alrededores, y también a diferentes partes del país, el costo promedio hacia el Pedregal es de 50\$.

Manifestaciones culturales:

Tabla 9.

Manifestaciones culturales del Barrio Pedregal

TIPO	ACTIVIDAD	FECHA	LUGAR
Religiosos	Misa a la Santísima Virgen de la Merced	Entre el 15 -20 de Septiembre	Sector La Merced
Culturales	Concurso de Laso y corrida de Toros	16 de Junio 1 de Enero	Comunidad Loreto
Deportivos	Campeonatos Deportivos	Entre Enero y Marzo	Com. Santa Ana

Por la variedad de productos que posee este barrio, por ser agrícola y ganadero, se identifica por los siguientes platos típicos:

- Papas, habas y queso.
- Papas, sarza y trucha
- Chicha
- Empanadas de Viento.

Recreación (Turismo)

Al formar parte de la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Cotopaxi este sector tiene una ventaja dentro del ámbito turístico, pues el

turismo se transformó en un elemento fundamental de desarrollo en los últimos años. El turismo dentro del barrio Pedregal, se vio fuertemente afectado por el cambio de alerta del Volcán Cotopaxi, ya que el cierre obligatorio del Parque Nacional Cotopaxi y de las Hosterías existentes en el barrio, detuvo la visita de turistas.

El barrio “Pedregal” cuenta con un sistema turístico, que está compuesto de la siguiente manera:

- a) Demanda: No se cuenta con un registro de turistas al barrio “Pedregal”, pero en su mayor parte visitan el Parque Nacional Cotopaxi, por lo que se toma en cuenta la demanda de este lugar para uso de la investigación.

Tabla 10.
Ingreso de Turistas al Parque Nacional Cotopaxi.

Año	Número de Visitas
2006	90.529
2007	97.110
2008	93.010
2009	101.882
2010	95.972
2011	153.611
2012	168.499
2013	223.836
2014	178.082
2015	70.978
Total Turistas	1.273.509

Fuente: (Ministerio del Medio Ambiente, 2015)

- b) Oferta: En el barrio el Pedregal y parte norte del Parque Nacional Cotopaxi, se realiza actividades de recreación como caminatas, cabalgatas, ciclismo, escalada, canoping y camping. Actividades productivas como ganadería, agricultura y piscicultura
- c) Atractivos turísticos: Bosques de Polylepis, cultura Chagra, cascada del Pita, río Pita paisajes andinos, cascada del Porvenir, gastronomía típica.
- d) Producto: Entre el barrio Pedregal y el Parque Nacional Cotopaxi zona Norte se ofrece: Turismo de alta montaña, Turismo de aventura.

- e) Planta Turística: Está integrado por dos elementos los cuales son: equipamiento e instalaciones del barrio El Pedregal.

Equipamiento: Dentro de estos se encuentran: 7 hosterías que brindan alojamiento, alimentación y recreación, 2 restaurantes y 2 comedores, 21 guías nativos con licencia que trabajan de manera privada bajo reservación. Anexó # 1.

Instalaciones: Existe senderos al Rumiñahui, senderos al Pasochoa, senderos al rio Pita.

- f) Infraestructura:

Tabla 11.

Infraestructura Turística del Barrio el Pedregal.

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
TRANSPORTE	Terrestre	*Vías de segundo orden(empedrado) *Vías de tercer Orden (Tierra) *No existe gasolineras. *No existe talleres mecánicos. *Existe siete hostería, 2 restaurantes, 2 comedores. *Existe señalética básica (rutas de evacuación) *Transp. Publico buses.
COMUNICACIONES	* Internet	*Servicio en 6 hosterías únicamente.
	* Telefónicas	*No existen redes telefónicas fijas. *Red Móvil Claro.
SANIDAD	*Red de Agua	*Agua entubada.
	*Red de desagüé	*Pozos sépticos
	*Recolección de Basura	*Si existe. Una vez a la semana.
	*Salud	*No existe dispensario médico.
ENERGIA	*Red Eléctrica	*Existe Alumbrado Público. *Todas las viviendas cuentan con servicio eléctrico.

- g) Superestructura: Los organismos que intervienen en el desarrollo turístico del Pedregal son el Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, Consejo Provincial, Dirección de Turismo del GAD del Cantón Mejía, FONAG.

Este barrio al ser un gran valle posee sectores en los cuales se fracciona para poder ser desarrollado económicamente, tal es el caso del sector “La Merced”.

2.1.5 SECTOR LA MERCED: Datos Generales

El sector “La Merced” se encuentra al nor-oriente del barrio Pedregal, en todo este sector se encuentran rastros de lahares de la última erupción del Cotopaxi además de pequeñas elevaciones. Desde aquí se puede apreciar el Cotopaxi, Rumiñahui y Sincholahuá.

Tabla 12.

Datos principales del sector “La Merced”.

Clima:	12° C Temperatura promedio
Extensión:	2.800 hectáreas
Límites:	NORTE: Hacienda Patichubamba SUR: Hacienda Campo Alegre ESTE: Derrumbo de las quebradas del Sincholahuá OESTE: Margen del RioPita

Fuente: (Asociación Pecuaria Sincholahuá, 2010)

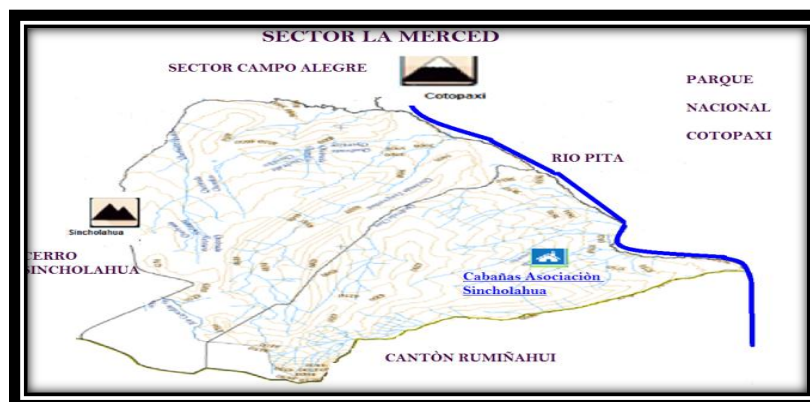


Figura6 Ubicación Geográfica del sector “La Merced”.

Fuente: (Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón, 2011)

a). Aspecto Económico:

Dentro del sector La Merced se realiza como única actividad productiva la ganadería, de acuerdo al registro de ingreso de cabezas de ganado del año 2016, el número de cabezas de ganado con las que cuenta el sector es aproximadamente 400 cabezas, del cual en un 70% es ganado de raza holstein y normanda, mientras que el 30% restantes es de casta brava. (CUMBAJIN, 2016)

El ganado es comercializado para el consumo, dentro del barrio “El Pedregal”, lo cual genera ingresos económicos alternativos. Por otra parte el ganado de casta brava es criado para las corridas de toros en sectores y ciudades aledañas al sector.

Por otra parte en el Barrio el Pedregal, barrio al que pertenece este sector, se desarrollan actividades como agricultura, ganadería, piscicultura y turismo, actividades que benefician al sector La Merced, tanto en el ámbito económico como también en el de consumo.

b). Aspecto Ambiental:

Pisos Climáticos: Dentro del sector la Merced se aprecia el tipo de piso páramo pluvial Sub-Andino que comprende entre los 3.900 y 4.400 m.s.n.m que es zona de páramo. (Jácome, 2009)

Clima: En cuanto al clima La Merced por ser una zona de páramo, predomina el frío, las lloviznas y la nubosidad son frecuentes, tales que alcanzan una precipitación de 1.000 a 2.000 mm por año. (Jácome, 2009)

Recurso Mineral: El recurso minero también se encuentra presente en el sector La Merced, aquí se puede apreciar una mina de piedra, la cual su origen es posiblemente volcánico, mina de la cual se puede extraer piedras en forma de plancha.

Recurso Hídrico: El sector posee gran recurso hídrico debido a las vertientes del agua que nacen desde el Sincholahua, como quebradas del Sincholahua, de Patajata y de derrumbo. El paso del Rio Pita es positivo para el sector, pues sirve para bebedero del ganado, también como atractivo, pero no se puede intervenir en el, pues el rio es adjudicado para consumo humano en la ciudad de Quito por la Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento (EPMAPS).

Flora: Por el clima que predomina dentro del sector se cuenta con flora endémica, tales como:


Tabla 13.

Flora del Sector La Merced.

FLORA DEL SECTOR LA MERCED	
Nombre Común: Paja de Paramo Nombre Científico: Stipaichu	
Nombre Común: Musgo Nombre Científico: Bryophyta	
Nombre Común: Chilca Nombre Científico: Baccharis latifolia	



Continua



<p>Nombre Común: Totora Nombre Científico: Scirpuscalifornicus</p>	 A photograph of a clump of tall, thin, green grass with reddish-brown seed heads, growing in a field.
<p>Nombre Común: Rabo de Mono Nombre Científico: Licopodio</p>	 A photograph of a green fern with long, thin, feathery fronds, growing in a natural setting.
<p>Nombre Común: Berros Nombre Científico: Nasturtiumofficinale</p>	 A photograph of a green leafy plant with small white flowers, growing in a field.
<p>Nombre Común: Chuquirahua Nombre Científico: Chuquiragajussieui</p>	 A photograph of a plant with several tall, cylindrical, orange-brown flower heads, growing in a field.
<p>Nombre Común: Sunfo Nombre Científico: Micromerianubigena</p>	 A photograph of a green plant with many small white flowers, growing in a field.
<p>Nombre Común: Sacha Chocho Nombre Científico: Lupinus sp. L</p>	 A photograph of a plant with several tall, blue flowers, growing in a field.

Continua





<p>Nombre Común: Árbol de Papel.</p> <p>Nombre Científico: Polylepisincana</p>	
<p>Nombre Común: Romerillo</p> <p>Nombre Científico: Bidens pilosa L</p>	
<p>Nombre Común: Almohadilla</p> <p>Nombre Científico: Misopatesrivasmartenezii</p>	

Fuente: (Jácome, 2009)

Fauna: Al igual que la flora, los animales de este sector son endémicos tales como:

Tabla 14.

Fauna del Sector La Merced.

FAUNA DELSECTOR "LA MERCED"	
<p>Nombre Común: Lobo de Páramo</p> <p>Nombre Científico: Pseudolopexculpaeus</p>	
<p>Nombre Común: Cóndor</p> <p>Nombre Científico: Vulturgryphus</p>	

Continua



<p>Nombre Común: Conejo</p> <p>Nombre Científico: Sylvilagus brasiliensis</p>	
<p>Nombre Común: Tórtola</p> <p>Nombre Científico: Streptopelia turtur</p>	
<p>Nombre Común: Quilico</p> <p>Nombre Científico: Falco sparverius</p>	
<p>Nombre Común: Quindés</p> <p>Nombre Científico: Lesbia victoriae</p>	
<p>Nombre Común: Preñadilla</p> <p>Nombre Científico: Salmo trutta</p>	
<p>Nombre Común: Guagsa</p> <p>Nombre Científico: Stenocercus guentheri</p>	
<p>Nombre Común: Jambato (Sapo)</p> <p>Nombre Científico: Atelopus signescens</p>	
<p>Nombre Común: Venado de Cola Blanca</p> <p>Nombre Científico: Odocoileus virginianus</p>	

Continua



<p>Nombre Común: Zorrillo</p> <p>Nombre Científico: Conepatusquitensis</p>	
<p>Nombre Común: Curiquingue</p> <p>Nombre Científico: Phalcoboenuscarunculatus</p>	
<p>Nombre Común: Pato de Paramo</p> <p>Nombre Científico: Oxiuraustralis</p>	
<p>Nombre Común: Toro de Lidia</p> <p>Nombre Científico: Bostaurus</p>	

Fuente: (Jácome, 2009).

Dentro del sector “La Merced”, existe un sujeto jurídico, que interviene tanto social como culturalmente, este sujeto se encuentra legalmente constituido y está reconocido como “Asociación Pecuaria Sincholahua”.

2.1.6. ASOCIACIÓN PECUARIA SINCHOLAHUA.

La “Asociación Pecuaria Sincholahua” está compuesta por 21 socios, esta sociedad fue formada con el fin de adquirir la propiedad que hoy comprende el sector La Merced que se la adquirieron al Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas armadas (ISSFA).

La asociación se constituyó legal y jurídicamente, bajo la asesoría del coordinador de la Dirección Agropecuaria de Pichincha el 12 de Febrero del

2010, para ello la Asociación cuenta con un estatuto que respalda sus actividades.

Dentro del Art.-3 del Capítulo II del Estatuto de la Asociación Pecuaria Sincholahua (Asociación Pecuaria Sincholahua, 2010) figura los fines y actividades que se desarrollaran dentro de la misma, los cuales se detallan a continuación:

- a) Propender al mejoramiento social, económico y cultural de sus miembros.
- b) Fomentar por todos los medios, el espíritu de la asociación, el compañerismo y la solidaridad entre los asociados y sus alrededores.
- c) Desarrollar proyectos y programas pecuarios, y de conservación de la ecología y compras de tierra para la asociación.
- d) Colaborar decididamente porque se mantenga y se mejoren los programas de educación y desarrollo de la cultura campesina del sector.
- e) Coordinar actividades con Organismos Nacionales e Internacionales, Públicos o Privados, que se identifiquen con sus fines de proyectos reembolsables y no reembolsables para el trabajo de los campesinos.
- f) Procurar la integración con otras organizaciones similares.
- g) Mantener por todos los medios la práctica de las manifestaciones culturales, propias de la Asociación.
- h) Crear centros chacareros, sociales, culturales y deportivos que contribuyan a fomentar y mantener las buenas relaciones entre el elemento humano y haga efectivos los fines previstos.
- i) Realizar todas aquellas actividades que no siendo prohibidas por la ley contribuyan a los logros planteados en este Estatuto. (Asociación Pecuaria Sincholahua, 2010)

Estructura y organización interna de la Asociación Pecuaria Sincholahua.

De acuerdo al Art.22 (Asociación Pecuaria Sincholahua, 2010) el Gobierno de la Asociación ejercerá a través de los organismos siguientes:

- a) La Asamblea General.
- b) El Directorio.
- c) Las Comisiones Especiales.

Según (Asociación Pecuaria Sincholahua, 2010) en el Art. 29 el órgano ejecutivo representante general de la Asociación Pecuaria Sincholahua estará conformado así.

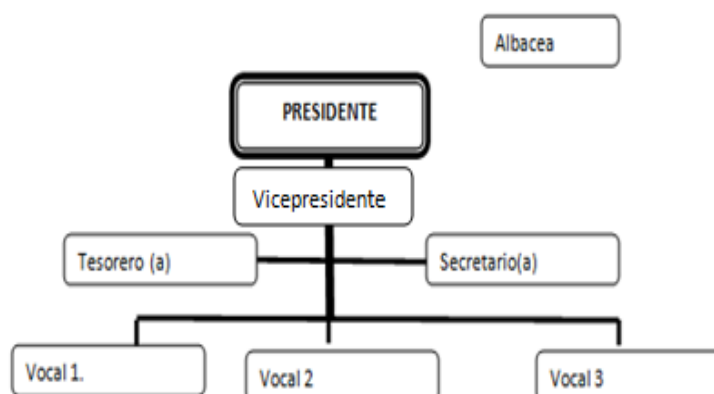


Figura7 Organigrama Estructural de la Asociación Pecuaria Sincholahua.





a) Aspecto Socio- Cultural

Los miembros de la Asociación, dentro del sector “La Merced” desarrollan costumbres y tradiciones que están relacionadas con festividades y gastronomía que se llevan a cabo por temporadas y fechas especiales a lo largo del año.

- a) Festividades:
- ✓ Las corridas de toros populares y concursó de lazo a pampa abierta se celebran cada mes de Septiembre entre la segunda y tercera semana .
 - ✓ La misa en honor a la virgen de la Merced, es una tradición que se lleva a cabo en los predios del sector, para rogar por los rodeantes, en sus actividades diarias de chacarería.
 - ✓ Durante el año se realizan tres rodeos, cada cuatro meses se reúne a todo el ganado que existe dentro del sector, y se realiza un registro de cuantas cabezas existe, se los vacuna contra el aptosa y se los desparasita, para tener un ganado de mejor resistencia y calidad en cuanto al ganado de carne.
- b) Gastronomía: Los socios, en las festividades y actividades que se realizan durante el transcurso del año en el sector “La Merced”, se ofrecen platos típicos que son preparados con productos que son proporcionados desde el barrio El Pedregal.



Tabla 15.

Gastronomía que ofrece la Asociación Pecuaria Sincholahua.

Plato	Imagen
<p>✓ Melloco, habas y queso: Este plato está compuesto por melloco cocinado, habas con cascara y un trozo de queso.</p>	
<p>✓ Caldo de gallina Consta de una sopa preparada con cebolla, perejil picado, zanahorias, alverjas, y una presa de gallina criolla.</p>	
<p>✓ Papas, zarza y trucha Se prepara con papas sin cascara. Para la zarza se necesita cebolla picada, huevo, harina, leche, achiote. Trucha Frita y Tomate.</p>	
<p>✓ Empanadas de Viento. Para su preparación en necesario harina de castilla, levadura, huevo y queso.</p>	

Continua



<p>✓ Tostado con carne. Este plato es preparado con maíz tostado y trozos de carne de res.</p>	
<p>✓ Sunfazo. Esta bebida es preparada con una planta nativa del sector, mas puntas (licor).</p>	

Durante el mapeo de la zona se plantea un acercamiento geográfico desde lo macro hacia lo micro del sector “La Merced”, en donde se aprecia también un diagnóstico sintético de la situación actual en la que se encuentra.

A continuación se aprecia el desglose de los problemas y limitaciones, así como también las capacidades y potencialidades tanto externas como internas del sector “La Merced”, lo cual fueron planteados mediante un diagnóstico participativo.

2.2 ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y CAPACIDADES

Dentro de este análisis se identifican problemas y limitaciones, las cuales reflejan las principales restricciones que se encuentran para el desarrollo del sector y a la vez se identifican las capacidades y potencialidades de “La Merced”, que permiten más adelante plantear vocaciones del territorio.

El presente análisis se lo plantea mediante un diagnóstico participativo con la intervención de actores locales tales como: 1) Promotor turístico del GAD de Mejía, por el desarrollo de sus competencias laborales están relacionadas con el desarrollo turístico del cantón, 2) Administrador del Parque Nacional Cotopaxi (Ministerio del Ambiente), por la relación que tiene el Parque Nacional y el sector “La Merced”, al ser la única entrada al sector el control norte del Parque, 3) Operador turístico de la parroquia Machachi, para conocer qué tipo de productos y recursos turísticos son ofertados, 4) Administrador de la Hostería Tambopaxi, por su ubicación y situación actual en la que está

atravesando por estar dentro de una área protegida,5) Guía nativo del barrio Pedregal, por sus conocimientos en cuanto a la zona, 6) Socios de la Asociación Sincholahua, por su intervención directa como ente jurídico en el sector “La Merced”. Dentro del cuadro 2.2.1, se puede apreciar las competencias que están a cargo de cada uno de los actores locales antes mencionados.

La estructura de la tabla “Análisis de problemas y capacidades del sector La Merced” tiene como base el diagnóstico participativo y los componentes son los siguientes: Los tres principales ejes de la sostenibilidad como lo es el componente económico que está relacionado con prácticas empresariales y el movimiento monetario, el componente ambiental por la forma que se utiliza los recursos naturales, su conservación y cuidado, por último el componente socio-cultural que está relacionado con el tejido social existente en el territorio. Los problemas/limitaciones y las causas son congruentes, mientras que las capacidades/potencialidades del sector son individuales.

Tabla 16.

Actores Locales que intervienen en el diagnóstico participativo.

Actor.	Entidad	Cargo	Competencias	Contacto
Socios de la Asociación Sincholahua	Asociación Sincholahua	Socio Activo	<ul style="list-style-type: none"> *Propender al mejoramiento social, económico y cultural de sus miembros. *Fomentar por todos los medios, el espíritu de la asociación, el compañerismo y la solidaridad entre los asociados y sus alrededores. *Desarrollar proyectos y programas pecuarios, y de conservación de la ecología y compras de tierra para la asociación. *Colaborar decididamente porque se mantenga y se mejoren los programas de educación y desarrollo de la cultura campesina del sector. (Asociación Pecuaria Sincholahua, 2010) 	
Liliana Gutiérrez	Gobierno Autónomo Descentralizado de Mejía.	Promotor Turístico.	<ul style="list-style-type: none"> *Ejecutar la promoción turística del Cantón en el ámbito Nacional e Internacional, a través de canales de coordinación que permitan cumplir con las normas y estrategias Nacionales dispuestas por el Ministerio de Turismo. *Determinar e implementar la señalética turística interna del Cantón. *Fomentar una cultura turística en la comunidad, que lleve al Cantón Mejía a ser un destino atractivo, hospitalario y seguro. *Desarrollar propuestas de conceptos de imagen promocional turística y Cantonal. *Organizar la logística de reuniones, eventos y ferias turísticas. *Coordinar con organizaciones relacionadas acciones tendientes al mejoramiento y fortalecimiento de la actividad turística y productiva del Cantón Mejía. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Mejía, 2010) 	0999136516
Francisco Núñez	Ministerio del Ambiente	Administrador del Parque Nacional Cotopaxi	<ul style="list-style-type: none"> *Conservar y utilizar sustentablemente la biodiversidad, respetando la multiculturalidad y los conocimientos ancestrales. *Prevenir la contaminación, mantener y recuperar la calidad ambiental. *Mantener y mejorar la cantidad y calidad del agua, manejando sustentablemente las cuencas hidrográficas. *Reducir el riesgo ambiental y la vulnerabilidad de los ecosistemas. *Integrar sectorial, administrativa y territorialmente la gestión ambiental nacional y local. (Ministerio del Medio Ambiente, 2010) 	0984009340
HolgerLlumi ugsi	Hostería Tambopaxi	Administrador	<ul style="list-style-type: none"> *Controlar la calidad de servicio que se entrega. *Asistir en recepción, reservas y servicio. *Manejar valores de ingresos por servicios. 	0992215579

Continua



			*Supervisar al personal a cargo. (Hostería Tambopaxi Cia.Ltda, 2008)	
Edgar Parra	Operadora Turística	Dueño y Operador	Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional. * Venta nacional de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador. *Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte. *Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país. (Ministerio de Turismo, 2008)	
Patricio Cifuentes	Grupo de Guías Nativos del Pedregal	Guía Nativo	*Brindar los servicios de información e interpretación de los recursos del área protegida a los visitantes, con competencia y prestancia. * Controlar y responsabilizarse por las acciones de los visitantes a su cargo, en las áreas naturales y áreas de patrimonio forestal. *Cumplir y hacer cumplir las normas vigentes para la visita al área protegida. *Portar las credenciales y licencias establecidas, así como vestir el uniforme de guía autorizado por la Jefatura del área respectiva. *Cooperar con el control y patrullaje del área para asegurar la conservación y uso racional de los recursos. *Cooperar en los sistemas de monitoreo del área para la colección de datos sobre el impacto y otros aspectos ambientales, y la toma de decisiones de manejo. *Participar en los servicios de interpretación para grupos especiales. (Asociación de Guías, 2015)	0989226162

2.2.1.- Análisis de problemas y capacidades del Sector.

Tabla 17.

Análisis de problemas y capacidades del Sector.

ASPECTOS	PROBLEMAS/LIMITACIONES	CAUSAS	POTENCIALIDADES/CAPACIDADES
ECONOMICO	1.-Los emprendimientos turísticos, de personas locales en su mayoría son empíricos.	1.-No están capacitados en cuanto a la calidad del servicio y atención al cliente.	1.- El GAD de Mejía, al inicio de mes realiza ferias en las cuales promociona los servicios y productos que existen en el Cantón, mediante Guías turísticas y de productos.
	2.- Las pequeñas y medianas empresas, han cerrado o están en problemas económicos.	2.-Situación económica actual del País.	2.-La dirección de talento humano y social del GAD de Mejía, presta asesoramiento en cuanto a la creación de pequeñas y medianas empresas.
	3.- La comercialización de los servicios turísticos que están dentro del barrio Pedregal en su mayoría son ofertados por redes sociales y sitios con páginas Web	3.-No existe una agencia de Viajes nacional en el Cantón Mejía, solo Operadoras	3.- El sector turístico en el Cantón Mejía, mediante asesoramiento y supervisión continua de profesionales en el turismo y servicios hoteleros, está permitiendo a este sector ser competitivo.
	4.- Los guías nativos del barrio Pedregal, no tienen trabajo fijo.	4.-Las agencias de viajes y operadoras, traen guías nacionales.	4.- Dentro del Barrio Pedregal se operan paquetes con temática de turismo de aventura y turismo vivencial.
	5.- Los socios de la Asociación Pecuaría Sincholagua, obtienen ingresos económicos mínimos que provienen del Sector "La Merced"	5.-Todos los socios trabajan en empresas privadas o tienen negocios propios.	5.- Los pobladores del barrio Pedregal, combinan sus actividades diarias como ganadería y rodeos con el turismo.
	6.- Los Ingresos económicos de los establecimientos turísticos del barrio Pedregal han decaído considerablemente en estos últimos seis meses.	6.- Debido a la reactivación del Volcán Cotopaxi, cierre del Parque Nacional y al estado de excepción que se decretó desde Agosto hasta Diciembre.	6.- Dentro del sector "La Merced", se desarrolla la ganadería como única actividad económica.
AMBIENTAL	1.-Existe muy poca señalética a nivel de todo el Cantón, relacionada únicamente a la flora y fauna.	1.- Falta de estrategias dedicadas exclusivamente a la flora y fauna	1.- El PNC cuenta con programas de protección y manejo, para el proceso eruptivo que está atravesando el volcán Cotopaxi.
	2.- La visita de turistas al barrio el Pedregal, en época de invierno baja considerablemente.	2.- El clima lluvioso y la neblina, no permite la visita a los atractivos	2.-El PNC maneja programas de promoción y administración turística del Parque.

Continua



AMBIENTAL	3.-La deforestación y la introducción de plantas foráneas en el barrio Pedregal	↔ 3.- La falta de conocimiento en los pobladores, sobre el daño que causan.	3.- La variedad de flora y fauna en el Cantón Mejía es abundante, por los diferentes tipos de suelo y clima que forman el Cantón.
	4.- Animales en peligro de extinción y desaparición de especies.	↔ 4.- La caza y pesca indiscriminada.	4.- El barrio Pedregal está ubicado entre valles, pajonales y vestigios de la erupción del volcán Cotopaxi.
	5.- Quema de Pajonales.	↔ 5.- Inconsciencia de las personas que visitan los sectores.	5.- El tipo de suelo en el que se asienta el barrio el pedregal es muy productivo para la agricultura, y para la reproducción de pastos para la ganadería.
	6.-La plantación industrial de árboles, como pinos y eucaliptos.	↔ 6.- La falta de proyectos de reforestación de plantas nativas como el quishuar, alisos, pugin.	6.-Por el barrio Pedregal atraviesa grandes afluentes de agua, como son el Río Pita, la acequia de Guitig y San José, dichos afluentes, proveen de agua para el consumo a ciudades como Quito y Machachi.
	7.- Desastre Natural	↔ 7.- Erupción del Volcán Cotopaxi	7.-El sector "La Merced" al ser una zona de paramo, posee flora y fauna endémica de la zona.
			8.- "La Merced" posee quebradas que nacen de las faldas del cerro Sincholhua y desembocan en el Río Pita, rio que forma parte de un lindero natural del sector.
			9.- Las grandes extensiones de pajonal que cubren el sector "La Merced", sirven como hábitat de diferentes especies de animales.
			10.- El recurso minero que se encuentra en el sector "La Merced", es diverso, se encuentra minas de piedra subterráneas de y de vestigios volcánicos, de las cuales se extrae piedras en forma de plancha.
			11.- El volcán Cotopaxi, es un producto estrella que es comercializado y más solicitado a nivel Nacional e internacional.
			12.- El sector "La Merced" cuenta con amplias extensiones de zonas verdes y zonas cubiertas de pajonal para ofrecer distracción y recreación al turista.

Continua



SOCIO-CULTURAL	1.- Las operadoras turísticas del Cantón Mejía cuentan con servicios de transporte turístico limitado.	1.- No existen unidades aptas para prestar servicio de transporte a turistas.	1.- Los servicios básicos (alcantarillado, energía eléctrica, comunicaciones, recolección de basura) a nivel del cantón Mejía están cubiertos en un 96%.
	2.- El sector “La Merced” no cuenta con servicios básicos.	2.- No está habitado.	2.- La cultura del chagra que prevalece dentro del Cantón, es una marca que distingue al Cantón Mejía
	3.- “La Merced” no cuenta con infraestructura básica, como lo es vivienda y transporte.	3.- Poder adquisitivo limitado.	3.- El Ministerio del Ambiente por medio del FONAG, emprende capacitaciones sobre el manejo y cuidado correcto de las reservas de agua, pajonales.
	4.- Entrada y salida del sector La Merced restringido.	4.- Horario de restricción de entrada y salida al PNC.	4.- El PNC, posee políticas para Agencias de viajes y operadoras de turismo
	5.- Dentro del sector “La Merced” no existe el servicio de alojamiento y alimentación.	5.- Poder adquisitivo limitado.	5.- El ingreso principal del sector “La Merced”, es por el control norte del Parque Nacional Cotopaxi, dicho parque recibe miles de turistas al mes.
	6.- El sector “La Merced” no cuenta con senderos y señalética que permitan la visita a sector.	6.- El poco empoderamiento de los recursos que posee el sector.	6.- Los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, necesitan sitios que brinden servicios de recreación y alimentación.
	7.- Las vías de acceso a “La Merced” son de tercer ordenen, poco accesibles.	7.- Por encontrarse dentro de una zona protegida, se requiere de gestiones públicas.	7.- Los pobladores del barrio Pedregal en su mayoría tienen conocimientos básicos en servicio turístico.
	8.- La infraestructura vial de acceso al Pedregal es pésima.	8.- El MOP, no cuenta con presupuesto destinado al sector Pedregal.	8.- Dentro del barrio Pedregal, se preparan platos típicos con productos que son cosechados en la zona.
	9.- Las personas locales no manejan el idioma inglés.	9.- La poca capacitación de las personas que trabajan en el turismo en la zona del Pedregal	9.- La indumentaria que caracteriza la cultura chagra, está presente dentro de festividades y actividades que se realizan en el sector “La Merced”.
			10.- Dentro del sector “La Merced” se realizan festividades populares, en diferentes épocas del año, a las cuales asisten espectadores de diferentes zonas aledañas al sector.
		11.- Posee estructuras para realizar rodeos chacareros.	

2.2.2. ANÁLISIS F.O.D.A.

a) FORTALEZAS

- ✓ Dentro del sector “La Merced” se desarrolla la actividad ganadera.
- ✓ Flora y fauna endémica del sector.
- ✓ Grandes extensiones de pajonal.
- ✓ Posee atractivos naturales como cerros, ríos y quebradas.
- ✓ La cultura chagra prevalece en el sector.
- ✓ La asociación Sincholahua, esta jurídicamente constituida.

c). OPORTUNIDADES

- ✓ Se encuentra junto al Parque Nacional Cotopaxi
- ✓ Ferias promocionales de productos turísticos, en la parroquia de Machachi, organizadas por el GAD de Mejía.
- ✓ Asesoramiento por parte del departamento de talento humano del GAD de Mejía, para la creación de pequeñas y mediana empresas.
- ✓ Asesoramiento y supervisión en el sector turístico por parte del departamento de turismo y medio ambiente del GAD de Mejía.
- ✓ El volcán Cotopaxi, es uno de los productos estrella a nivel nacional e internacional.
- ✓ El FONAG emprende capacitaciones y asesoramiento sobre el manejo y conservación correcta de las reservas de agua es decir pajonales.
- ✓ El barrio Pedregal cuenta con un grupo de guías nativos acreditados por el Ministerio de Turismo.

d). DEBILIDADES

- ✓ El sector “La Merced” genera ingresos económicos mínimos.

- ✓ Los servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, alcantarillado son escasos.
- ✓ Su única vía de acceso es por el control norte del Parque Nacional Cotopaxi.
- ✓ Los senderos que permitan el recorrido del sector “La Merced son inexistentes.
- ✓ La señalética dentro del sector, es inexistente.
- ✓ La infraestructura para alojamiento y alimentación, es escasa.
- ✓ Las vías de acceso al sector son de tercer orden.
- ✓ El mantenimiento de la infraestructura que existe en el sector está en proceso de deterioro.
- ✓ Poco interés de los socios de la asociación Sincholahua en generar actividades turísticas.
- ✓ Los socios de la asociación Sincholahua no tienen capacitación en cuanto al servicio turístico.

2.2.2.4 AMENAZAS.

- ✓ Erupción del Volcán Cotopaxi.
- ✓ Animales en peligro de extinción.
- ✓ Caza y pesca indiscriminada.
- ✓ Deforestación de plantas nativas.
- ✓ Introducción de plantas foráneas.
- ✓ Dentro del barrio el Pedregal, el idioma inglés es poco desarrollado.
- ✓ Presencia de basura en las vías, tanto de acceso al barrio Pedregal, como al sector “La Merced”.
- ✓ Las agencias de viajes que operan en el pedregal no trabajan con operadoras locales.

2.3 ANÁLISIS SOBRE LA DEMANDA DEL MERCADO TURÍSTICO

2.3.1 DEMANDA

a) Demanda receptora

Este tipo de demanda, es medida por el número de turistas que ingresan al Ecuador, para fundamento de esta investigación, se toma como dato el número de turistas que ingresan al Parque Nacional Cotopaxi, información que fue recaudada del registro de turistas nacionales y extranjeros a las Áreas Protegidas desde el 2005 al año 2015 del Ministerio del Ambiente, considerando que este sitio se encuentra cerca del sitio de estudio.

b). Demanda Histórica

Los datos que determinan la demanda histórica, sirven para conocer el número de turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, este dato permite proyectar la demanda futura.

Tabla 18.

Turistas que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi desde el 2005 al 2015.

Año	Número de Visitas
2006	90.529
2007	97.110
2008	93.010
2009	101.882
2010	95.972
2011	153.611
2012	168.499
2013	223.836
2014	178.082
2015	70.978
Total Turistas	1.273.509

Fuente: (Ministerio del Medio Ambiente, 2015)

c) **Demanda Futura.**

Para la determinación de la demanda futura, se determina dos constantes, para ser aplicadas en la ecuación de proyección. En la siguiente tabla se puede apreciar la proyección basada en los datos históricos.

• **Ecuación:**

a) $\sum y = an + b \sum x^2$:

b) $\sum xy = a \sum x + b \sum$

Donde las constantes son: "a" y "b".

$\sum y = 1.273.509$

$n = 10$

$\sum x = 0$

$\sum xy = 65.1232,5$

$\sum x^2 = 82,50$

Determinar "a" en "1" $\rightarrow 1.273.509 = 10a + 0$ $a = 1.273.509/10$ $a = 127350,9$

Determinar "b" en "2" $\rightarrow 65.1232,5 = 0 + 82,5b$ $b = 65.1232,5 / 82,5$ $b = 7893,72$

Tabla 19.

Datos de la proyección Futura.

Año	X	Y	X*Y	X*X
2006	-4.5	90.529	- 407380,5	20,25
2007	-3.5	97.110	-339885	12,25
2008	-2.5	93.010	-232525	6,25
2009	-1.5	101.882	-152823	2,25
2010	-0.5	95.972	-47986	0,25
2011	0.5	153.611	76805,5	0,25
2012	1.5	168.499	252748,5	2,25
2013	2.5	223.836	559590	6,25
2014	3.5	178.082	623287	12,25
2015	4.5	70.978	319401	20,25
Total	0	1.273.509	65.1232,5	82,50

Fuente: (Ministerio del Medio Ambiente, 2015)

Interpretación: De acuerdo a la demanda histórica, la proyección de la demanda futura alcanza una proyección del 1% anual respectivamente.

a) Fórmula de proyección: “a” y ”b” $y = a + bx$

Años	X	y= a+bx
2016	5.5	170.766
2017	6.5	178.660
2018	7.5	186.554
2019	8.5	194.447
2020	9.5	202.340

2.3.2.- CÁLCULO DE LA MUESTRA

Dentro del análisis de la demanda, es necesario conocer el perfil del turista que visita un destino. Para ello es necesario determinar una muestra, para después aplicar una herramienta, en esta investigación se aplica la encuesta. A continuación se aprecia el cálculo de la muestra

Tabla 19.

Cálculo del tamaño de la muestra.

Tabla N.- 2.3.2.1.1 Ficha técnica de Investigación	
Universo	Turistas que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi (P.N.C) desde año 2006 al 2015.
Población	Turistas que visitaron el P.N.C en el 2015. 70.978
Tamaño de la Muestra	100
Error Muestra	(+-) 10%
Nivel o Intervalo de confianza	90%
Tipo de Muestra	Muestreo aleatorio simple.

✓ **Fórmula de cálculo de la muestra**

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

Dónde:

$$N = 70.978 \quad Z = 1,96$$

$$S = 0,5 \quad e = 0,10$$

$$n = \frac{70.978 * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(0,10)^2(70.977) + ((1,96)^2 * (0,5)^2)}$$

$n = 96$ Aplicación mínima de encuestas. **100**

2.3.2.1.- Aplicación de encuestas.(Modelo de Encuesta)

El modelo de la encuesta que se aplicó, está basada en la planta turística y hábitos de consumo. A continuación se presenta la encuesta y los análisis de la misma.



Encuesta para conocer los motivos de visita y perfil de consumo del turista que visita el Barrio El Pedregal, sector Norte del Parque Nacional Cotopaxi.

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis, con tema: Programa de fomento turístico para el sector La Merced, Parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha

Favor llenar el siguiente cuestionario con la mayor sinceridad posible:

Género	Edad	Lugar de residencia	Tipo de Visitante	Situación Laboral
M: <input type="checkbox"/>	2-11: <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>	Turista: <input type="checkbox"/>	Ocupado: <input type="checkbox"/>
F: <input type="checkbox"/>	12-25: <input type="checkbox"/>	Extranjera: <input type="checkbox"/>	Excursionista: <input type="checkbox"/>	Estudiante: <input type="checkbox"/>
	25-65: <input type="checkbox"/>	País:.....		Desempleado: <input type="checkbox"/>
	65 en adelante: <input type="checkbox"/>			Jubilado: <input type="checkbox"/>
				Otro:.....

1.-¿Usted Viaja en:

- a) Familia con Hijos
- b) Parejas
- c) Solos
- d) Grupo

2.- ¿Con que frecuencia visita el sector?

- a) Primera Vez
- b) Repite visita

3.- ¿Qué tiempo visita el sector?

- a) 1 día
- b) 2 días
- c) Mas de 2 días

Si su visita es de más de 2 días; ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?

- a) Albergue
- b) Cabaña
- c) Hostería
- d) Refugio
- e) Tienda de acampar

4.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar por alojamiento, una tienda de acampar?

- a) Si ¿Por qué?.....
- b) No ¿Por qué?.....

5.-¿Qué actividades recreativas practica?

- a) Cabalgata
- b) Caminatas
- c) Pesca Deportiva
- d) Ciclismo
- e) Todas
- f) Otras.....

6.-¿Qué servicios consume mayormente?

- a) Alojamiento.
- b) Alimentación.
- c) Recreación.

d) Todas.

7.- ¿Qué tipo de alimentación prefiere usted, al visitar estos sitios de naturaleza?

- a) Platos típicos del Sitio.
- b) Platos a la carta (gourmet)
- c) Picaditas (queso, bocaditos de dulce y sal)
- d) Snaks.
- e) Otros.....

8.- ¿Qué tipo de transporte utiliza para sus viajes?

- a) Transporte Propio
- b) Transporte Publico
- c) Agencias de Viaje

9.- ¿Por qué eligió el destino para sus vacaciones?

- a) Por su oferta Cultural
- b) Por Actividades recreativas
- c) Por el entorno Natural Atractivo (Paisajismo)
- d) Posibilidad de descanso
- e) Precio económico
- f) Otro.....

10.- ¿Por qué medios de publicidad, tuvo conocimiento del destino?

- a) Familiares o amigos
- b) Anuncios en internet/Redes Sociales
- c) Radio/televisión
- d) Revistas
- e) Otros.....

11.- ¿Quién organizo su viaje a este destino?

- a) Organización Propia
- b) Agencia de viajes
- d) Contacto Guías nativos del Pedregal.
- e)

Otros.....

12.-¿Qué tipo de turismo usted práctica, o está dispuesto a practicar? Elija las que crea conveniente.

- a) Turismo de Naturaleza
- b) Turismo de Aventura
- c) Turismo vivencial
- d) Turismo Cultural
- e)

Otros.....

13.- ¿Cuánto está usted dispuesto a invertir en recreación y alimentación en el lugar?

- a) \$ 20- \$ 40.
- b) \$40 -\$60.
- c) \$60-\$ 80.
- d) \$80-\$100
- e) Más de \$100

¡¡Muchas Gracias por su Colaboración!!

2.3.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

a) Tabulación general de las encuestas aplicadas en el barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi

Tabla 20.

Género

Pregunta N.- 1.- ¿Cuál es su género?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	"M"	58	58,0	58,0	58,0
	"F"	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 1.- ¿Cuál es su género?



Figura 8.Género

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas el 58% son de género Masculino y los 42 % restantes pertenecen al género Femenino.

Interpretación: Del total de turistas encuestados, en el barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en la mayor parte son de género masculino, pero la diferencia entre ambos géneros es mínima, por lo que la propuesta de actividades, debe estar dirigida hacia los dos géneros.

Tabla 21.

Edad

Pregunta N.- 2.- ¿Su edad comprende entre los siguientes rangos?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Entre 12 y 25 años	45	45,0	45,0	45,0
o	Entre 25 y 65 años	48	48,0	48,0	93,0
	65 años en Adelante	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 2.- ¿Su edad comprende entre los siguientes rangos?

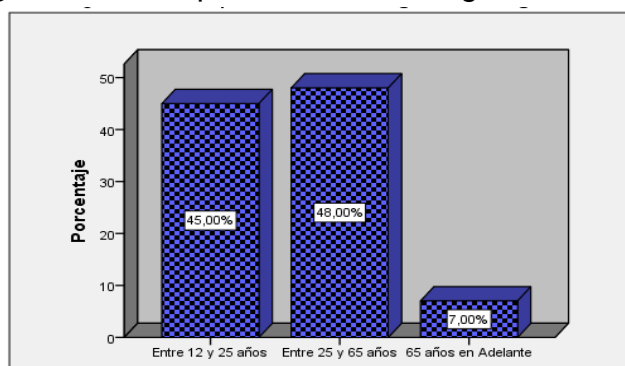


Figura 9. Edad

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 45% de los turistas comprenden entre los 12 y 25 años, el 48% comprende entre los 25 y 65 años, y el 7 % restantes se encuentran delos 65 años en adelante.

Interpretación: Del total de los turistas encuestados en el barrio Pedregal, sector Norte del Parque Nacional Cotopaxi, se determina que las personas que visitan este sector está en mayor parte entre los 25 y 65 años, con una mínima diferencia también se encuentra personas entre los 12 y 24 años, por lo que las actividades propuestas en el **Programa de fomento turístico**, deben estar encaminadas a este segmento de mercado.

Tabla 23.

Procedencia

Pregunta N.- 2. ¿Cuál es su lugar de residencia?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacional	55	55,0	55,0	55,0
	Extranjera	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 2. ¿Cuál es su lugar de residencia?

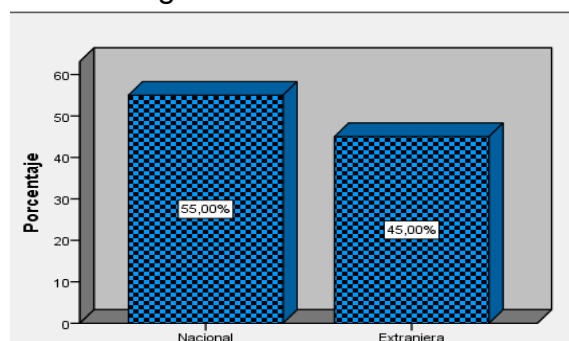


Figura 10. Procedencia

Análisis: Del 100% de los turistas encuestados, el 55% son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 45% restantes son de nacionalidad extranjera.

Interpretación: Del total de turistas encuestados en el barrio Pedregal, sector Norte del Parque Nacional Cotopaxi, se determina que los turistas que más visitan este sector son de nacionalidad ecuatoriana, procedentes en su mayor parte de la ciudad de Quito y Sangolqui. Mientras que los turistas extranjeros que visitan este sector son en menor cantidad y son procedentes en su mayor parte de países como Estados Unidos, Canadá, Francia y Colombia.

Tabla24.

Tipo de Visitante

Pregunta N.- 4¿Qué tipo de visitante es?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Turista	71	71,0	71,0	71,0
	Excursionista	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 4¿Qué tipo de visitante es?

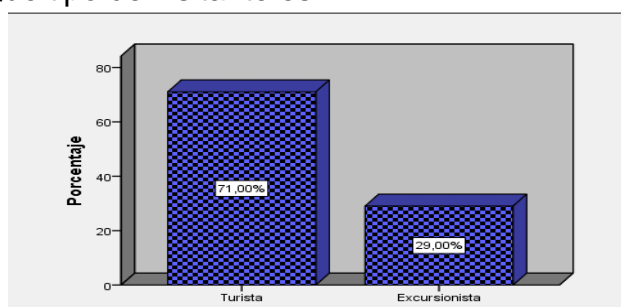


Figura 11.Tipo de Visitante

Análisis: Del 100% de los visitantes encuestados, el 71% son de tipo turista, mientras que el 29% son de tipo excursionista.

Interpretación: Del total de visitantes encuestados en el barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, se determina que la gran parte de personas visita la zona por dos días y más, por lo que los proyectos que abarcan el **Programa de fomento turístico**, cubre las necesidades para este tipo visitantes, turistas.

Tabla 25.

Situación Laboral

Pregunta N.- 5.- ¿Cuál es su situación laboral?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ocupado/Trabaja	54	54,0	54,0	54,0
	Estudiante	32	32,0	32,0	86,0
	Desempleado	7	7,0	7,0	93,0
	Jubilado	5	5,0	5,0	98,0
	Otros	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 5.- ¿Cuál es su situación laboral?

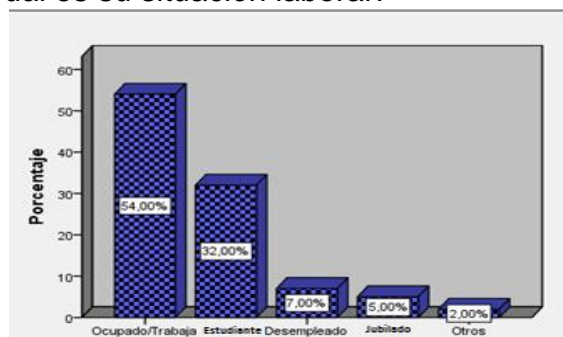


Figura12. Situación Laboral

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 54 % trabaja o es ocupada, el 32% son estudiantes, el 7% son desempleados, el 5%son jubilados y el2%restantes realiza otras actividades.

Interpretación: Del total de turistas encuestados en el barrio Pedregal, sector Norte del Parque Nacional Cotopaxi, se determina que la situación laboral de los turista en su mayor parte trabaja en empresas privadas o tienen negocios propios, y a este segmento le sigue los estudiantes. Por lo que el **Programa de fomento turístico**, está enfocado en cubrir las expectativas en cuanto a servicio y actividades que cubran este segmento.

Tabla 26.

Con quien Viaja.

Pregunta N.-6.- ¿Usted viaja en?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familia con hijos	29	29,0	29,0	29,0
	Parejas	20	20,0	20,0	49,0
	Solos	23	23,0	23,0	72,0
	Grupo	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.-6.- ¿Usted viaja en?

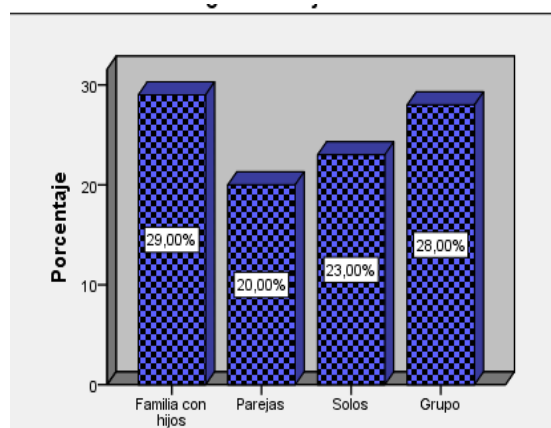


Figura13. Con quien Viaja.

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas el 29% viaja con la familia incluido niños, el 28% viaja en grupo, el 23% viajan solos y el 20% restantes viajan en parejas.

Interpretación: Del total de turistas encuestado en el barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, con mayor frecuencia menciona que prefiere viajar en familia o en grupo de amigos, por la confianza y la facilidad de realizar las actividades de recreación y alojamiento.

Tabla 27.

Frecuencia

Pregunta N.-7 ¿Con qué frecuencia visita el sector?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primera vez	44	44,0	44,0	44,0
	Repite la visita	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.-7 ¿Con qué frecuencia visita el sector?

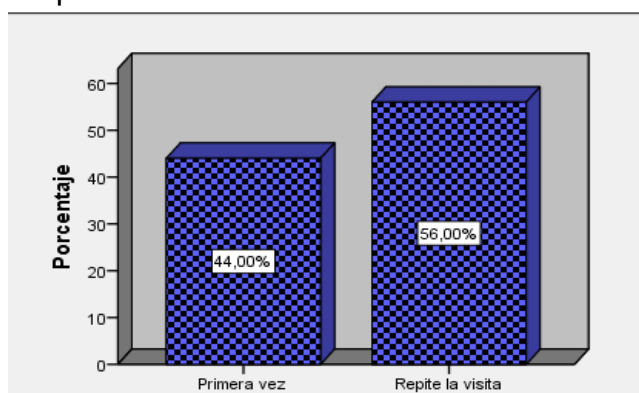


Figura14. Frecuencia

Análisis: Del 100% de encuestas aplicadas, el 56% de los turistas repite la visita, mientras que el 44% visita por primera vez la zona.

Interpretación: Del total de turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en mayor frecuencia menciona que visita por más de dos veces el sitio por las actividades de recreación y paisajismo.

Tabla 28.

Tiempo de Visita

Pregunta N.- 8 ¿Qué tiempo visita el sector?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 Día	29	29,0	29,0	29,0
	2 Días	30	30,0	30,0	59,0
	Más de 2 días	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 8 ¿Qué tiempo visita el sector?

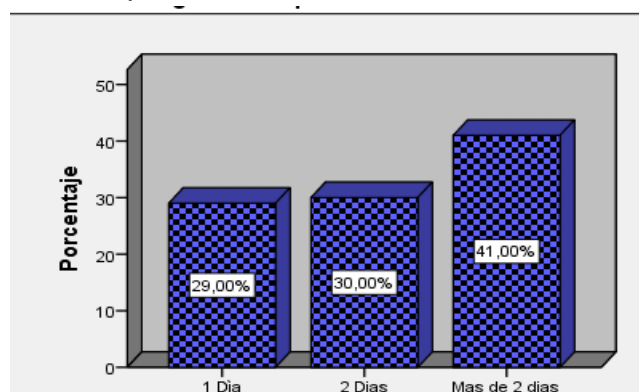


Figura 15. Tiempo de Visita

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas determinan que el 41 % visita el sitio por más de dos días, el 30% visita por dos días y mientras que el 29% visita por un día o menos el sitio.

Interpretación: Del total de turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, menciono en su gran mayoría que prefiere visitar la zona por más de dos días, mientras que otra gran parte de encuestados prefiere visitar el sitio por un día o menos, información que permite al **Programa de fomento turístico**, plantear proyectos con actividades comprendidas entre un día, dos días y máximo tres días.

Tabla 29.

Tipo de alojamiento que utilizo

Pregunta N.- 9 Si su visita es de más de 2 días ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cabaña	12	12,0	16,9	16,9
	Hostería	45	45,0	63,4	80,3
	Tienda de acampar	14	14,0	19,7	100,0
	Total	71	71,0	100,0	
Perdidos	Sistema	29	29,0		
Total		100	100,0		

Pregunta N.- 9 Si su visita es de más de 2 días ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?

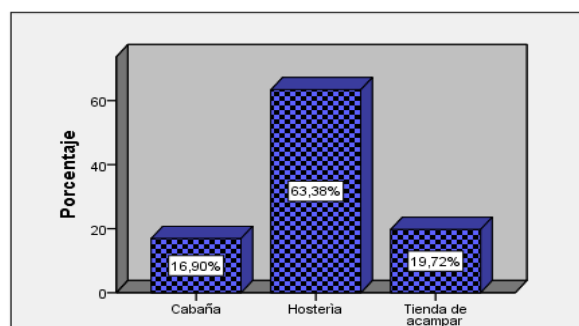


Figura 16. Tipo de alojamiento que utilizo

Análisis: Del 100% de los turistas que visitan la zona por dos días o más, el 63,38% utiliza como alojamiento, una hostería, el 19,72% utiliza tienda de acampar y el 16,90 utiliza cabañas.

Interpretación: Del total de turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, existe una mayoría predominante de turistas que visita la zona por dos días o más, que prefiere utilizar por alojamiento una hostería o por lo menos un lugar que les brinde los servicios básicos, como servicios higiénicos y luz eléctrica.

Tabla 30.

Prefiere tienda de acampar.

Pregunta N.- 10¿Estaría usted dispuesto a pagar por alojamiento, una tienda de acampar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	69	69,0	69,0	69,0
	No	31	31,0	31,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 10¿Estaría usted dispuesto a pagar por alojamiento, una tienda de acampar?

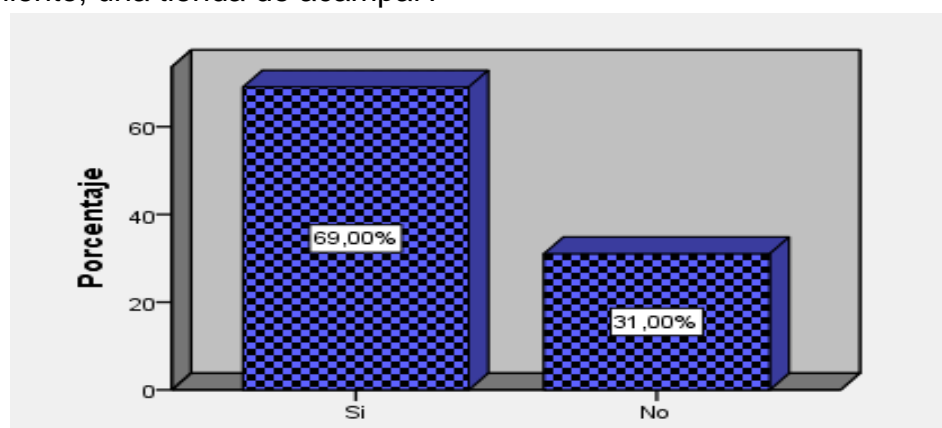


Figura 17. Prefiere tienda de acampar.

Análisis: Del 100% de encuestas aplicadas, el 69% de turistas prefiere pagar por alojamiento un sitio de camping con facilidades, mientras que el 31% menciona que no está dispuesto.

Interpretación: Del total de turistas encuestados, dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, se determina que la gran parte de turistas prefiere por alojamiento una zona de camping con facilidades, debido al contacto mismo con la naturaleza, información que se tiene en cuenta como un proyecto dentro del **Programa de fomento turístico**.

Tabla 31.

Actividades

Pregunta N.- 11 ¿Qué actividades recreativas practica?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cabalgata	16	16,0	16,0	16,0
	Caminatas	32	32,0	32,0	48,0
	Pesca deportiva	6	6,0	6,0	54,0
	Ciclismo	5	5,0	5,0	59,0
	Todas	38	38,0	38,0	97,0
	Otras	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 11 ¿Qué actividades recreativas practica?

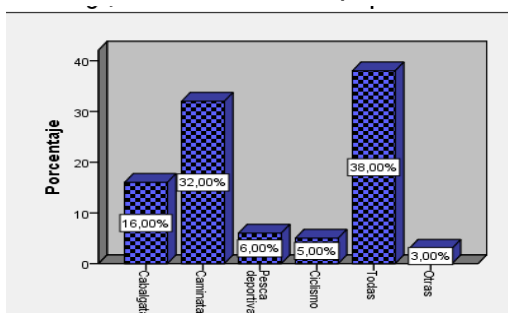


Figura 18. Actividades

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 38% de los turistas responden que están dispuestos a practicar o practican actualmente todas las actividades, mientras que el 32% menciona que prefiere actividades como caminatas, el 16% prefiere cabalgatas, el 6% prefiere pesca deportiva, el 5% ciclismo y tan solo el 3% prefiere otras actividades como fotografía y estudios científicos.

Interpretación: Del total de turistas encuestados en el barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en su gran parte esta dispuestos a practicar actividades como cabalgatas, caminatas, ciclismo, pesca deportiva, actividades que permiten crear oferta turística dentro del **Programa de Fomento Turístico**.

Tabla 32.

Servicios

Pregunta N.- 12 ¿Qué servicios consume mayormente?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alojamiento	5	5,0	5,0	5,0
	Alimentación	26	26,0	26,0	31,0
	Recreación	9	9,0	9,0	40,0
	Todas	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 12 ¿Qué servicios consume mayormente?

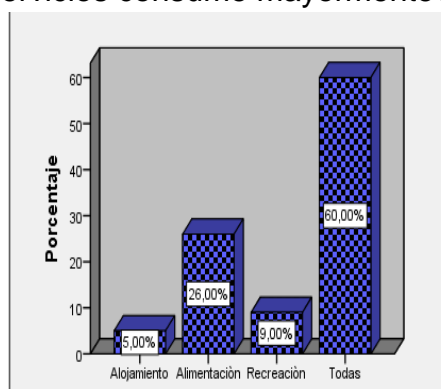


Figura 19. Servicios

Análisis: Del 100% de encuestas aplicadas, el 60% de los turistas menciona que utiliza todos los servicios, mientras que el 26 % prefiere solo el servicio de alimentación, el 9% el de recreación, mientras solo el 5% prefiere únicamente alojamiento.

Interpretación: Del total de turistas encuestados en el barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, se determina que con mayor frecuencia los turistas utilizan los servicios de alojamiento, alimentación y recreación, puesto que por el tiempo de visita les permite consumir estos tipos de servicio, información que permite crear servicios dentro del **Programa de fomento turístico**.

Tabla 33.

Alimentación

Pregunta N.- 13 ¿Qué tipo de alimentación prefiere usted, al visitar estos sitios de naturaleza?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Platos típicos del sitio	70	70,0	70,0	70,0
	Platos a la carta	16	16,0	16,0	86,0
	Picaditas(queso,bocaditosde dulce y de sal?	7	7,0	7,0	93,0
	Todos	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 13 ¿Qué tipo de alimentación prefiere usted, al visitar estos sitios de naturaleza?

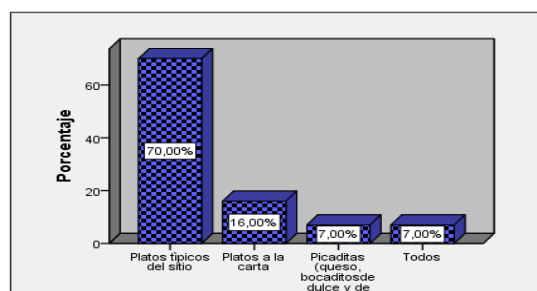


Figura 20. Alimentación

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas el 70% de los turistas prefiere los platos típicos del sitio, el 16% prefiere platos a la carta, el 7% prefiere picaditas de queso y bocaditos de dulce, mientras que el 7% prefiere todas las ofertas gastronómicas.

Interpretación: Del total de los turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en gran parte prefieren como alimentación platos típicos del sitio, por la variedad de productos que existen en la zona, y también en mínima parte prefieren platos a la carta pero no gourmet, información que permite crear servicios de alimentación para brindar, dentro del **Programa de fomento turístico**.

Tabla 34.

Transporte

Pregunta N.-14¿Qué tipo de transporte utiliza para sus viajes?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Transporte propio	62	62,0	62,0	62,0
	Transporte público	26	26,0	26,0	88,0
	Agencias de viajes	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.-14¿Qué tipo de transporte utiliza para sus viajes?

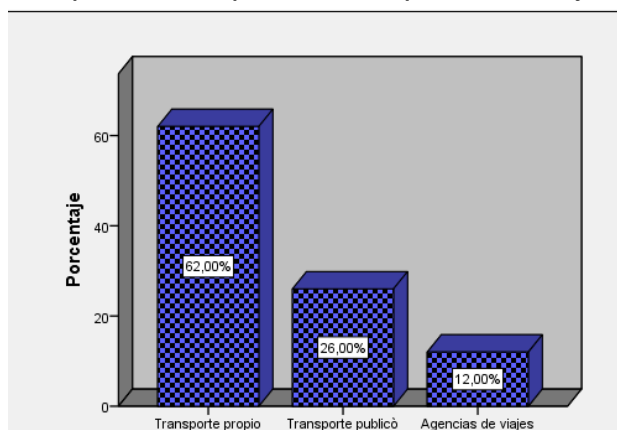


Figura 21. Transporte

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 62% menciona que viaja en transporte propio, el 26% en transporte público, mientras que el 12% restante viaja por medio de servicios de una agencia de viajes.

Interpretación: Del total de turistas encuestado, dentro del barrio Pedregal sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en su mayoría comenta que sus viajes los realizan en transporte propio.

Tabla 35.

Destino

Pregunta N.- 15 ¿Por qué eligió el destino para sus vacaciones?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por su oferta cultural	9	9,0	9,0	9,0
	Por actividades recreativas	28	28,0	28,0	37,0
	Por el entorno natural (paisajismo)	45	45,0	45,0	82,0
	Posibilidad de descanso	5	5,0	5,0	87,0
	Precio económico	1	1,0	1,0	88,0
	Todas	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 15 ¿Por qué eligió el destino para sus vacaciones?

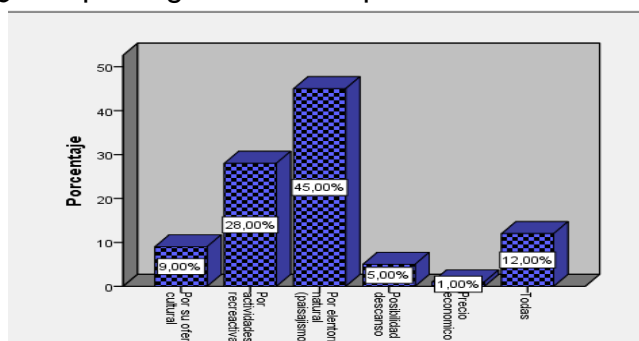


Figura 22. Destino

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 45% de los turistas mencionan que su motivo de viaje es por el entorno natural y paisajismo, el 28% por actividades recreativas, el 12% por todas las ofertas, el 9% por su oferta cultural, el 5% por posibilidad de descanso, mientras que solo el 1% viaja por el precio económico.

Interpretación: Del total de turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en gran parte su motivo de viaje a estos sitios es por el entorno natural su paisajismo, y por la capacidad de generar actividades recreativas, información que es parte del **Programa de fomento turístico**.

Tabla 36.

Publicidad

Pregunta N.-16 ¿Por qué medios de publicidad, tuvo conocimiento del destino?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares/amigos	55	55,0	55,0	55,0
o	Anuncios en internet/ Redes sociales	37	37,0	37,0	92,0
	Radio/televisión	4	4,0	4,0	96,0
	Revistas/publicaciones	3	3,0	3,0	99,0
	Otros	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.-16 ¿Por qué medios de publicidad, tuvo conocimiento del destino?

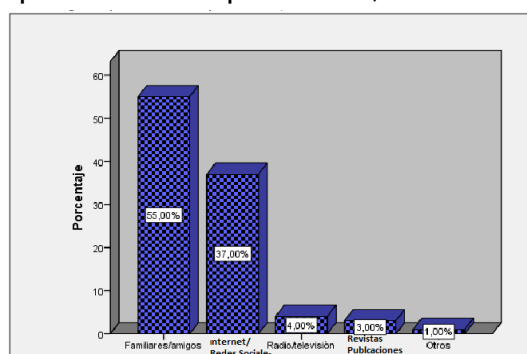


Figura 23. Publicidad

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 55% tuvo conocimiento del destino por familiares y amigos, el 37% por internet y redes sociales, el 4% por radio y televisión, el 3% por revistas y publicaciones, y el 1% de otras maneras.

Interpretación: Del total de turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en su mayor parte tuvo conocimiento del sitio por medio de familiares y amigos, también por medio del internet y redes sociales, información que permitirá comercializar más adelante los productos turísticos.

Tabla 37.

Organización

Pregunta N.-17 ¿Quién organizo su viaje a este destino?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Organización Propia	75	75,0	75,0	75,0
	Agencia de Viajes	16	16,0	16,0	91,0
	Contacto guías nativos del Pedregal	6	6,0	6,0	97,0
	Otros	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.-16 ¿Por qué medios de publicidad, tuvo conocimiento del destino?

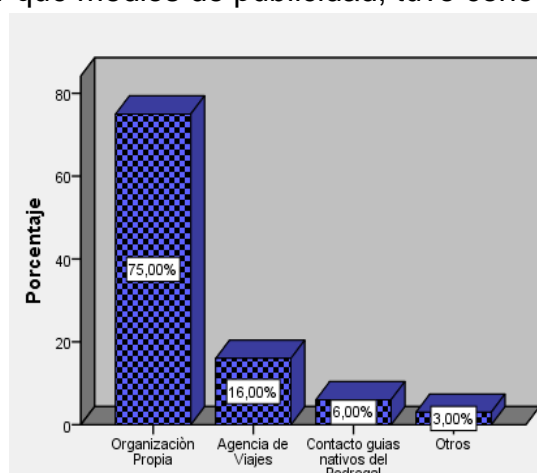


Figura 24. Publicidad

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 75% su viaje fue por organización propia, el 16% por agencia de viajes, el 6% por contacto con guías nativos, mientras que el 3% fue de diferente organización.

Interpretación: Del total de turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en la mayor parte viaja por organización propia, y en mínima parte sus viajes son organizados por agencias de viajes y por guías nativos del Pedregal.

Tabla 38.

Tipo de Turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Turismo de Naturaleza	26	26,0	26,0	26,0
o	Turismo de Aventura	49	49,0	49,0	75,0
	Turismo Vivencial	21	21,0	21,0	96,0
	Turismo Cultural	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 18.- ¿Qué tipo de turismo usted práctica, o está dispuesto a practicar? Elija las que crea conveniente?

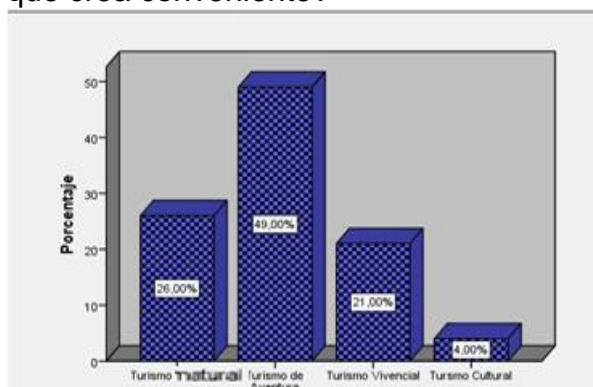


Figura 25.Tipo de Turismo

Análisis: Del 100% de las encuestas aplicadas, el 49 % respondió que prefiere practicar turismo de aventura por el contacto con la naturaleza, el 26% turismo ecuestre, el 21% turismo vivencial, mientras que solo el 4% prefiere desarrollar el turismo cultural.

Interpretación: Del total de turistas encuestados, dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en su mayor parte prefiere practicar el turismo de aventura, por la variedad de actividades, mientras que con una mínima diferencia prefieren practicar también el turismo de naturaleza y el vivencial, información que permite crear productos turísticos para la formulación de proyectos que formaran parte del **Programa de fomento turístico**.

Tabla 39.

Inversión

Pregunta N.- 19 ¿Cuánto está usted dispuesto a invertir en recreación y alimentación en el lugar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20\$-40\$	21	21,0	21,0	21,0
	40\$ - 60\$	30	30,0	30,0	51,0
	60\$-80\$	21	21,0	21,0	72,0
	80\$-100\$	13	13,0	13,0	85,0
	Mas de100\$	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pregunta N.- 19 ¿Cuánto está usted dispuesto a invertir en recreación y alimentación en el lugar?

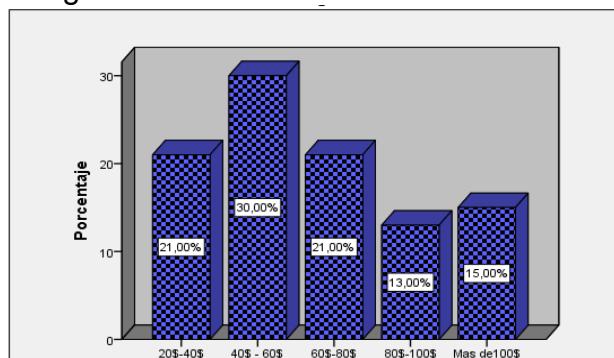


Figura27.Inversión

Análisis: Del 100% de encuestas aplicadas, el 30% turistas está dispuesto a pagar por recreación y alimentación de 40\$ a 60\$, el 21% de 20\$ a 40\$, el 21% de 60\$ a 80\$, el 15% mas de100\$ y el 13% de 80\$ a 100\$.

Interpretación: Del total de turistas encuestados dentro del barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en gran parte están dispuestos a pagar por un día de recreación y alimentación están dispuesto a cancelar entre 40\$ y 60\$, mientras que por dos días o más están dispuestos a pagar entre 60\$ y 100\$ depende de la variedad de actividades y servicios, información que permite dar valor a los servicios que se ofertaran dentro del **Programa de fomento turístico**.

2.3.5.- PERFIL DEL VISITANTE

2.3.5.1 Perfil del visitante que se encuentra en el barrio Pedregal Sector norte del Parque Nacional Cotopaxi.

Del total de las personas encuestadas que visitan el barrio Pedregal, sector norte del Parque Nacional Cotopaxi y de acuerdo a sus respuestas a cada pregunta se determina el siguiente perfil: La mayor parte de visitantes son de género masculino, cuya edad comprende entre los 25 y 65 años, son de nacionalidad ecuatoriana, trabajan en empresas privadas o tienen negocios propios y son de tipo de visitante turista. Viajan en compañía de su familia que comprende niños y tercera edad, repiten la visita a la zona, el tiempo de visita es por más de dos días, durante su estadía prefieren utilizar una hostería como alojamiento, pero también una tienda de acampar, practican actividades como cabalgatas, caminatas (senderismo) ciclismo y pesca deportiva, consumen servicios como alojamiento, alimentación y recreación, generalmente prefieren consumir platos típicos del sitio, viajan en transporte propio, pues generalmente organizan sus viajes solos, eligen este destino por su entorno natural y por la facilidad de realizar actividades recreativa. Tienen conocimiento de esta zona por medio de familiares y amigos, generalmente durante su viaje prefieren practicar turismo de aventura y turismo de naturaleza, y turismo vivencial por las costumbres y tradiciones que mantiene esta zona, los turistas por un día de actividades recreativas y de alimentación están dispuestos a pagar entre 40 y 60 dólares, pues este valor se define entre la variedad de actividades y calidad del servicio de alojamiento y alimentación.

2.4 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL SECTOR “LA MERCED”

El formato de las fichas del inventario está basado en el formato que es entregado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS



**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**



1.- DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajin **FICHA N.- 01**

SUPERVISOR:

FECHA: 10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Loma de Jigua

PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholahua

CATEGORIA: Sitio
Natural

TIPO: Montañas

SUBTIPO: Altas Montañas

2.-UBICACION

LATITUD:0°36'10.93"S

LONGITUD:78°23'36.31"O

PROVINCIA:
Pichincha

CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL

POBLADO: Machachi DISTANCIA (Km 34 Km

NOMBRE DEL

POBLADO: Latacunga DISTANCIA (Km 64 km

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO									
		ALTURA 3882	TEMPERATURA(°C) : 8°C -10°C				PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm) : 14 a 295 mm				
		Es una elevación que está ubicado al costado oriental del rio Pita, con una altura de 3882 sobre el nivel del mar, en su parte mas ancha mide aproximadamente 70 metros. Se puede apreciar arboles de muy poca altura debido a la erosión del suelo, se encuentra cubierta en su gran parte de pajonal y de pequeñas rocas (andesita).De acuerdo a su vegetación escasa se puede apreciar animales como guagsas (<i>Podarcismuralis</i>) y en rara ocasión conejos (<i>Oryctolagus cuniculus</i>)de paramo.									
		La pendiente más pronunciada de esta elevación se encuentra entre los 30° aproximadamente. El tipo de suelo es mixto ya que existe arena y rocas, situación que no permite se acumule el agua.									
		Desde su flanco occidental se logra apreciar los restos de lahares y la parte oriental del volcán Cotopaxi.									
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO					
		Es un balcón que forma parte de un mirador natural, permite apreciar los rastros de lahares que son el producto de la última erupción del volcán Cotopaxi.									
		Se puede realizar caminatas, apreciación de flora y fauna				ALTERADO:		NO ALTERADO:		EN PROCESO DE DETERIORO:	
		Es perfecto para los aficionados a escalar montañas.									
						DETERIORADO: X		CONSERVADO:			
						CAUSAS: Pastoreo del ganado					
						5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)					
						CATEGORIA					
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO					
						ALTERADO: X		NO ALTERADO:		EN PROCESO DE DETERIORO:	
						DETERIORADO:		CONSERVADO:			
						CAUSAS: Pastoreo de ganado.					

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO					
		B	M	R			DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO					
TERRESTRE	ASFALTADO					BUS						365				
	LASTRADO	X				AUTOMOVIL				X		DÍAS AL MES				
	EMPEDRADO	X				4X4				X		CULTURALES				
	SENDERO	X				TREN						DIA DE FIN:				
ACUATICO	MARITIMO					BARCO						NATURALES				
						BOTE										
	FLUVIAL					CANOA						HORAS AL DIA				
						OTROS										DIA DE INICIO :
AEREO						AVION						CULTURALES				
						AVIONETA										DIA DE FIN:
						HELICOPTERO										NATURALES
OBSERVACIONES: Es recomendable llevar ropa abrigada, instrumentos de alta montaña.																
Se sugiere visitar el sitio en verano (Agosto-Septiembre), o en días no lluviosos, para apreciación del paisaje.																
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:																
NOMBRE DE LA RUTA: Machachi-Guitig, Santa Ana, Loreto Pedregal																
DESDE: Machachi			HASTA: Barrio Pedregal			FRECUENCIA: Diaria			DISTANCIA: 16 km							
8. FACILIDADES TURÍSTICAS																
CATEGORIAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		Agencias de Viajes:					
Servicios	N.- Est	Plazas	N.-Est	Plazas	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	Almac.Artesanias					
Alojamiento											Teléfono,fax:					
Alimentación											Correos					
Esparcimiento											Otros:					

APOYO

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: _____ Tratada : _____ De Pozo: X No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____ NO EXISTE: X Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____ No Existe: X
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____ ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Volcán Cotopaxi	5 km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Certifico que los datos en estas hojas son reales Firma del Supervisor	
LOCAL: X		NACIONAL: _____
PROVINCIAL: X		INTERNACIONAL: _____
OTROS: _____		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: LOMA DE JIGUA		Jerarquiza ción:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		I
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	4
	Valor extrínseco	4
	Entorno	4
	Estado de Conservación	4
	Subtotal	12
APOYO	Acceso	3
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal	7
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	1
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	3
TOTAL		21

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N.-01	TIPO: Montañas
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Loma de Jigua	JERARQUIA: I
CATEGORIA: Sitio Natural	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, dentro del sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Alrededor del atractivo existe flora y fauna endémica de la zona
	CARACTERISTICA ABIOTICA: Las rocas forman parte del atractivo.
	SOCIO-CULTURAL: No recibe visitas, no cuenta con servicios básicos.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo de aventura y alta montaña


REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

**1.- DATOS
GENERALES**

ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajinFICHA N.- 02

SUPERVISOR:

FECHA:10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cuevas de Chamilco

PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholahua

CATEGORIA: Sitio Natural
TIPO: Fenómenos
espeleológicos

SUBTIPO: Grutas y Cavernas

2.- UBICACIÓN

LATITUD:-0°35'44.39"S

LONGITUD: 78°24'2.65"O

PROVINCIA: Pichincha

CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO:

Machachi

DISTANCIA (Km 34 Km

NOMBRE DEL POBLADO:

Latacunga

DISTANCIA (Km 64 km

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO						
		ALTURA 3809	TEMPERATURA(°C) : 8°C -10°C			PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm) : 14 a 295 mm		
		Es un vestigio natural en forma de caverna, de origen volcánico. Con una altura aproximada de 4mt. de altura y 3 mt. de profundidad. Según testimonios de pobladores su forma la tomo desde la erupción del volcán Cotopaxi (1877), debido al paso de los lahares por el lugar.						
		Es un tipo de suelo calizo, por la presencia de sales calcáreas.						
		Existe la presencia de una amplia planicie en las afueras de las cavernas.						
		Dentro del lugar se aprecia flora endémica de la zona como pajonales, arboles de pequeña altura y de pasto silvestre. La fauna que se encuentra en el sitio con más frecuencia son guagsas(<i>Psammodomys hispanicus</i>), lobos (<i>Pseudalopex culpaeus</i>), conejos(<i>Sylvilagus brasiliensis</i>), aves como guiragchuros (<i>Pheucticus chrysogaster</i>)						
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)			5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
		Permite apreciar la biodiversidad de la Zona. Sirve de protección ante la intemperie del clima lluvioso						
		Es un sitio de descanso y protección. Ideal para una zona de camping.			ALTERADO:	NO ALTERADO:	EN PROCESO DE DETERIORO:	
					DETERIORADO:X	CONSERVADO:		
					CAUSAS:Es un sitio en el cual el ganado descansa y pastorea.			
					5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)			
					CATEGORIA			
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)			6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
					ALTERADO: X	NO ALTERADO:	EN PROCESO DE DETERIORO:	
					DETERIORADO:	CONSERVADO:		
			CAUSAS: Pastoreo de ganado.					

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: _____ Tratada : _____ De Pozo: X No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____ NO EXISTE: X Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____ No Existe: X
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____ ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Volcán Cotopaxi	5 km
Río Pita	1km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL: X	NACIONAL: _____	
PROVINCIAL: X	INTERNACIONAL: _____	
OTROS: _____		
Certifico que los datos en estas hojas son reales		
Firma del Supervisor		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: CUEVAS DE CHAMILCO		Jerarquiza ción:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		II
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	4
	Valor extrínseco	4
	Entorno	6
	Estado de Conservación	4
	Subtotal	18
APOYO	Acceso	3
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	2
	Subtotal	8
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	1
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	3
TOTAL		29

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N.-02	TIPO: F. Espeleológicos
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cuevas de Chamilco	JERARQUIA: II
CATEGORIA: Sitio Natural	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, dentro del sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Alrededor del atractivo existe flora y fauna endémica de la zona
	CARACTERISTICA ABIOTICA: El atractivo es de formación Rocosa.
	SOCIO-CULTURAL: No recibe visitas, no cuenta con servicios básicos.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar caminatas y camping.


REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

**1.- DATOS
GENERALES**

ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajinFICHA N.- 03

SUPERVISOR:

FECHA:10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Pita

PROPIETARIO:EMAAPS.

CATEGORIA: Sitio Natural TIPO:Ríos

SUBTIPO:Rápidos o raudales

2.- UBICACIÓN

LATITUD: 0°35'3.18"S

LONGITUD: 78°24'35.70"O

PROVINCIA: Pichincha

CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO:

Machachi DISTANCIA (Km 32 Km

NOMBRE DEL POBLADO:

Latacunga DISTANCIA (Km 64 km

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO						
		ALTURA 3.717	TEMPERATURA(°C) : 0°C -15°C			PRECIPITACION P. (mm) : 14 a 295 mm		
		Este río nace de la unión de dos quebradas Hualpaloma y Carcelén aguas provenientes de los deshielos y ojos de agua del respectivamente desde el cerro Sincholahuá respectivamente. Es un río que en su trayecto va tomando más fuerza, pues ahí se desembocan quebradas del Sincholahuá y aguas de sus alrededores. El río por su formación de relieve, forma riachuelos, cañonadas, y abarca variedad de flora y fauna endémica del sitio, principalmente a la trucha (<i>Salmo trutta</i>)						
		Abastece de Agua a parte de la población de la ciudad de Quito, y sirve para alimentar al distante reservorio de Guangopolo, para la generación de electricidad. Genera aproximadamente de 2200 hasta 2800 litros por segundo.						
		El río kilómetros abajo va acumulando residuos de basura, pesticidas, aguas servidas de las comunidades por las que atraviesa.						
El río Pita desemboca en el río Guayllabamba para terminar su desaguar en el río Esmeraldas y finalmente terminar su recorrido en el Océano Pacífico.								
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)			5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
		Agua utilizada para consumo humano y riego.						
		Se puede realizar caminatas por sus senderos, apreciación de flora y fauna,			ALTERADO:	NO ALTERADO:	EN PROCESO DE DETERIORO: X	
					DETERIORADO:	CONSERVADO:		
					CAUSAS: Contaminación por combustible, basura plástica, pesticidas, entre otros tipos de desechos.			
					5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)			
					CATEGORIA			
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)			6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
					ALTERADO: X	NO ALTERADO:	EN PROCESO DE DETERIORO:	
					DETERIORADO:	CONSERVADO:		
					CAUSAS: Pastoreo de ganado, deforestación, agricultura.			

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: _____ Tratada : _____ De Pozo: X No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____ NO EXISTE: X Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____ No Existe: X
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____ ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Volcán Cotopaxi Laguna de Limpiopungo	5km 5,5km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL: X	NACIONAL: _____	
PROVINCIAL: X	INTERNACIONAL: _____	
OTROS: _____		
Certifico que los datos en estas hojas son reales		
Firma del Supervisor		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: RIO PITA		Jerarquización:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		II
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	7
	Valor extrínseco	7
	Entorno	6
	Estado de Conservación	5
	Subtotal	25
APOYO	Acceso	3
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	3
	Subtotal	9
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	1
	Nacional	2
	Internacional	0
	Subtotal	5
TOTAL		39

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N. - 03	TIPO: Ríos
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Pita	JERARQUIA: II
CATEGORIA : Sitio Natural	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, límite natural entre el parque nacional y el sector la Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Alrededor del atractivo existe flora y fauna endémica de la zona
	CARACTERISTICA ABIOTICA: Rocas, temperatura. Clima y suelo.
	SOCIO-CULTURAL: Cuenta con visitas a lo largo de su recorrido, no cuenta con servicios básicos.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo de aventura.

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

**1.- DATOS
GENERALES**

ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajinFICHA N.- 04

SUPERVISOR:

FECHA: 10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cañón del Rio Pita

PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholahua

CATEGORIA: Sitio Natural

TIPO: Montañas

SUBTIPO: Cañón

2.- UBICACIÓN

LATITUD: 0°36'38.84"S

LONGITUD: 78°23'33.67"O

PROVINCIA: Pichincha

CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO:

Machachi

DISTANCIA (Km) 34 Km

NOMBRE DEL POBLADO:

Latacunga

DISTANCIA (Km) 62km

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO				
		ALTURA 3843	TEMPERATURA(°C) : 0°C -5°C	PRECIPITACIÓN PLUV:: 14 a 295 mm		
		Es una elevación rocosa constituida por los lahares y flujos de lava de la última erupción del volcán Cotopaxi. Tiene una altura próxima a los 3843 mt. sobre el nivel del mar, un ancho total de 300mt. con una apertura en el centro con un ancho de 10mt.aproximadamente por el cual atraviesa el rio Pita.				
		La flora que predomina son musgos, pajonales y arboles de pequeño tamaño.				
		La fauna que se puede apreciar en el sitio gallaretas(Fulicaarmillata), quílicos (Falco sparverius), sapos(Bufo bufo), patos(Anatidae), entre otros.				
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)		5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO		
		Es un balcón que forma parte de un mirador natural, permite apreciar los rastros de lahares que son el producto de la última erupción del volcán Cotopaxi.		ALTERADO:	NO ALTERADO:	EN PROCESO DE DETERIORO:
				DETERIORADO:	CONSERVADO: X	
				CAUSAS:		
				5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)		
				CATEGORIA		
				6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO		EN PROCESO DE DETERIORO:
		ALTERADO: X	NO ALTERADO:			
		DETERIORADO:	CONSERVADO:			
		CAUSAS: Pastoreo de ganado, deforestación.				

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	M	R			DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO					BUS					365	
	LASTRADO	X				AUTOMOVIL				X	DÍAS AL MES	
	EMPEDRADO	X				4X4				X	CULTURALES	DIA DE INICIO :
	SENDERO	X				TREN						DIA DE FIN:
ACUATICO	MARITIMO					BARCO					NATURALES	
						BOTE						
	FLUVIAL					CANOA					HORAS AL DIA	
						OTROS					CULTURALES	DIA DE INICIO :
AEREO						AVION						CULTURALES
						AVIONETA					NATURALES	
						HELICOPTERO						
OBSERVACIONES: Es recomendable llevar ropa impermeable.												
Se sugiere visitar el sitio en verano (Agosto-Septiembre), o en días no lluviosos, para apreciación del paisaje.												
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:												
NOMBRE DE LA RUTA: Machachi-Guitig, Santa Ana, Loreto Pedregal												
DESDE: Machachi			HASTA: Barrio Pedregal				FRECUENCIA: Diaria			DISTANCIA: 16 km		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS												
CATEGORIAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		Agencias de Viajes:	
Servicios	N.- Est	Plazas	N.-Est	Plazas	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	Almac.Artesanias	
Alojamiento											Teléfono,fax:	
Alimentación											Correos	
Esparcimiento											Otros:	

APOYO

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: _____ Tratada : _____ De Pozo: X No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____ NO EXISTE: X Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____ No Existe: X
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____ ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Volcán Cotopaxi	5 km
Laguna de Limpiopungo	5,5km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL: X	NACIONAL: _____	
PROVINCIAL: X	INTERNACIONAL: _____	
OTROS: _____		
Certifico que los datos en estas hojas son reales		
Firma del Supervisor		

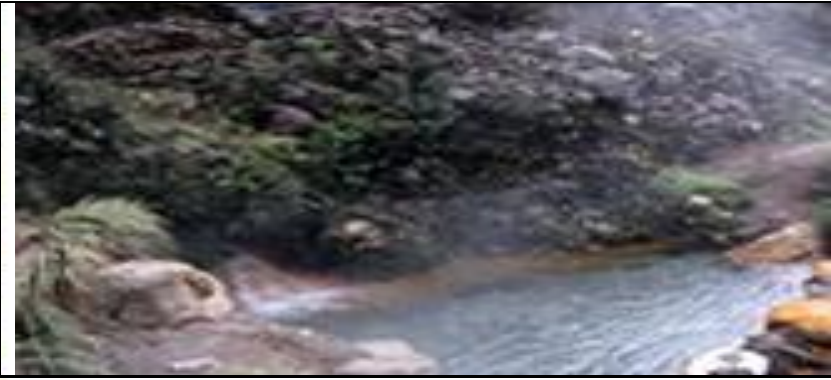
FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: CAÑON DEL PITA		Jerarquiza ción:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		II
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	4
	Valor extrínseco	6
	Entorno	6
	Estado de Conservación	5
	Subtotal	21
APOYO	Acceso	3
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal	7
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	1
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	3
TOTAL		31

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N.-04	TIPO: MONTAÑA
NOMBRE DEL ATRACTIVO: CAÑON DEL PITA.	JERARQUIA: II
CATEGORIA: Sitio Natural	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, dentro del rio Pita, sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Alrededor del atractivo existe flora y fauna endémica de la zona
	CARACTERISTICA ABIOTICA: Las rocas forman parte del atractivo.
	SOCIO-CULTURAL: No recibe visitas, no cuenta con servicios básicos.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo de aventura.



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO



1.- DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea Changoluisa Cumbajin FICHA N.- 05

SUPERVISOR:

FECHA: 10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Termas El Chan

PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholahua

CATEGORIA: Sitio Natural

TIPO: Ríos

SUBTIPO: Manantial o fuente

2.- UBICACIÓN

LATITUD: 0°35'36.77"S

LONGITUD: 78°24'15.43"O

PROVINCIA: Pichincha

CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO:

Machachi

DISTANCIA (Km) 34 Km

NOMBRE DEL POBLADO:

Latacunga

DISTANCIA (Km) 62km

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
		ALTURA 3770	TEMPERATURA(°C) : 12°C - 13°C
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm) : 14 a 295 mm	
		Nace del fondo de las montañas, es un ojo de agua natural. Con una profundidad máxima de un metro y dos metros de ancho.	
		Son similares al agua de guitig, con un toque de gas.	
A su alrededor están formaciones rocosas de tipo andesita Se aprecia flora como pajonales, algas, musgos. Líquenes. Dentro de la fauna no se aprecia anfibios dentro del agua.			
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Mirador Natural, Bebedero de ganado.	ALTERADO: NO EN PROCESO DE ALTERADO: DETERIORO:
		Agua de consumo humano.	
			DETERIORADO: CONSERVADO: X
			CAUSAS:
			5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
			CATEGORIA
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
	ALTERADO: X NO EN PROCESO DE ALTERADO: DETERIORO:		
	DETERIORADO: CONSERVADO:		
	CAUSAS: Pastoreo de Ganado, deforestación.		

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: _____ Tratada : _____ De Pozo: X No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____ NO EXISTE: X Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____ No Existe: X
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____ ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Volcán Cotopaxi	5 km
Laguna de Limpiopungo	5,5km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL: X	NACIONAL: _____	
PROVINCIAL: X	INTERNACIONAL: _____	
OTROS: _____		
Certifico que los datos en estas hojas son reales		
Firma del Supervisor		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: TERMAS DEL CHAN		Jerarquiza ción:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		I
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	4
	Valor extrínseco	4
	Entorno	4
	Estado de Conservación	5
	Subtotal	17
APOYO	Acceso	3
	Servicios	0
	Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal	4
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	2
TOTAL		23

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N.-05	TIPO:Ríos
NOMBRE DEL ATRACTIVO: TERMAS DEL CHAN	JERARQUIA: I
CATEGORIA: Sitio Natural	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, dentro del río Pita, sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Alrededor del atractivo existe flora y fauna endémica de la zona
	CARACTERISTICA ABIOTICA: Las rocas forman parte del atractivo.
	SOCIO-CULTURAL: No recibe visitas, no cuenta con servicios básicos.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo de aventura.



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**



**1.- DATOS
GENERALES**

ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajin FICHA N.- 06

SUPERVISOR:

FECHA: 10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Corrales de Piedra

PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholahua

CATEGORIA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Arquitectura Vernácula

**2.-
UBICACIÓN**

LATITUD: 0°35'4.91"S

LONGITUD: 78°24'20.08"O

PROVINCIA: Pichincha

CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Machachi DISTANCIA (Km) 34 Km

NOMBRE DEL POBLADO: Latacunga DISTANCIA (Km) 62km

CALIDAD	VALOR INTRINSICO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
		ALTURA 3781	TEMPERATURA(°C) : 0°C - 5°C
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm) : 14 a 295 mm	
		La construcción abarca aproximadamente los 4.000 metros cuadrados de superficie y una altura de 1.70 mt. Los corrales se encuentran el sentido horizontal.	
Es una construcción realizada con materiales de la zona como lo es la piedra andesita, que se la extrajo de rio Pita, son muros de construcción rustica, con una técnica similar a la técnica pirca, con la diferencia de que para compactar la piedra es utilizado el cemento. Es una construcción moderna de aproximadamente 70 años, fueron construidas para salvaguardar a llamas y alpacas. Dentro de los corrales se aprecia almohadillas y ortiga principalmente, forma una vista panorámica al contrastar la piedra con el pajonal.			
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Es utilizado para retener al ganado, y una manga (Lugar de retención para el ganado), para vacunar y desparasitar	ALTERADO: NO EN PROCESO DE ALTERADO: DETERIORO:
		.	DETERIORADO:X CONSERVADO:
			CAUSAS:
			5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
			CATEGORIA
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
		Aquí se realizan rodeos , toros populares	ALTERADO: X NO EN PROCESO DE ALTERADO: DETERIORO:
			DETERIORADO: CONSERVADO:
			CAUSAS: Pastoreo de ganado.

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: X
	Tratada : _____	De Pozo: _____
	No existe: _____	Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____
	NO EXISTE: X	Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____
	No Existe: X	
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____
	ENTRADA LIBRE: _____	OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRE	DISTANCIA (Km)	
Volcán Cotopaxi	5 km	
Rio Pita	1 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL: X	NACIONAL: _____	
PROVINCIAL: X	INTERNACIONAL: _____	
OTROS: _____		
Certifico que los datos en estas hojas son reales		
Firma del Supervisor		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: CORRALES DE PIEDRA		Jerarquización:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		II
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	7
	Valor extrínseco	7
	Entorno	6
	Estado de Conservación	5
	Subtotal	25
APOYO	Acceso	3
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal	7
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	1
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	3
TOTAL		35

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
TIPO: Etnografía	
N.-06	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: CORRALES DE PIEDRA	JERARQUIA: II
CATEGORIA: Man. Culturales	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, dentro del sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Alrededor del atractivo existe flora y fauna endémica de la zona
	CARACTERISTICA ABIOTICA: Las rocas forman parte del atractivo.
	SOCIO-CULTURAL: Utilizado para rodeos y vacunación de animales, fue construida por el ser humano.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo vivencial

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

1.- DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajinFICHA N.- 07

SUPERVISOR:

FECHA:10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cultura Chacarera

PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholhua

CATEGORIA:

Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Grupos Étnicos

2.-
UBICACIÓN

LATITUD:0°32'23.12"S

LONGITUD: 78°27'49.09"O

PROVINCIA: Pichincha

CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO:

Machachi

DISTANCIA (Km 34 Km

NOMBRE DEL POBLADO:

Latacunga

DISTANCIA (Km 64 km

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
		ALTURA 3550	TEMPERATURA(°C) : 10°C -12°C
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm) : 14 a 295 mm	
		Su origen se remonta a la época de la colonia.	
		Se caracteriza por trabajar su ganado en los pajonales en su inseparable caballo.	
		La palabra chagra viene del vocablo chacra, que significa extensión de terreno reducido, dedicado al cultivo de maíz. Es un símbolo del mestizaje de los valles y paramos andinos. Posee habilidades ecuestres y conoce secretos del páramo. Sus melodías especiales son la tonada, el capishca, el san juanito y los pasillos. La indumentaria del chagra hombre está compuesto por: Un poncho elaborado de lana de borrego, un sombrero de paño, un zamarro elaborado del cuero de chivo, llamingo o ternero, una bufanda que es tejida por las hábiles mujeres de los chagras., un par de espuelas de acero que le permite alientar a su caballo, huasca o beta, que es elaborado de cuero. La indumentaria de la chagra wuarmi comprende de un sombrero de paño, una blusa suelta con encajes en sus bordes, un chal de paño y bordado con hilos finos y de colores, con faldas conocidas como centros, es decir con pliegues, y por debajo una enagua, con medias que le proteja del frío.	
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		Es un legado que trata de preservar, mediante el cumplimiento de actividades del campo.	ALTERADO: NO ALTERADO: EN PROCESO DE DETERIORO:
			DETERIORADO: CONSERVADO: X
			CAUSAS:
			5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
			CATEGORIA
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
			ALTERADO: X NO ALTERADO: EN PROCESO DE DETERIORO:
			DETERIORADO: CONSERVADO:
			CAUSAS: Laaculturización, la migración

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: X Tratada : _____ De Pozo: _____ No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: X	GENERADOR: _____ NO EXISTE: _____ Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: X No Existe: _____
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____ ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Variado
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Indumentaria del chagra	
Volcán Cotopaxi	5 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL: X	NACIONAL: X	
PROVINCIAL: X	INTERNACIONAL: _____	
OTROS: _____		
Certifico que los datos en estas hojas son reales		
Firma del Supervisor		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: CULTURA CHACARERA		Jerarquización:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		III
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	7
	Valor extrínseco	7
	Entorno	7
	Estado de Conservación	7
	Subtotal	28
APOYO	Acceso	4
	Servicios	5
	Asociación con otros atractivos	4
	Subtotal	13
SIGNIFICADO	Local	4
	Provincial	4
	Nacional	4
	Internacional	0
	Subtotal	12
TOTAL		53

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N.-07	TIPO: Etnografía
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cultura Chagra	JERARQUIA: II
CATEGORIA: Man. Culturales	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, Cantón Mejía, dentro del sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Alrededor del atractivo existe flora y fauna endémica de la zona
	CARACTERISTICA ABIOTICA:
	SOCIO-CULTURAL: Es una cultura muy reconocida a nivel nacional e internacional.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo vivencial.

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

1.- DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajinFICHA N.- 08

SUPERVISOR:

FECHA:10/Mayo/2016.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Toros de pueblo y concurso de Lazo de "La Merced"

PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholahua

CATEGORIA:

 Manifestaciones
Culturales

 TIPO: Acontecimientos
Programados

SUBTIPO: Rodeos

2.- UBICACIÓN

LATITUD: 0°35'4.91"S

LONGITUD: 78°24'20.08"O

PROVINCIA: Pichincha CANTÓN: Mejía

LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL

POBLADO: Machachi DISTANCIA (Km 34 Km

NOMBRE DEL

POBLADO: Latacunga DISTANCIA (Km 64 km

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO	
		ALTURA 3781	TEMPERATURA(°C) : 8°C -10°C
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm) : 14 a 295 mm	
		Es una costumbre innata derivada de la cultura chagra.	
		Esta actividad da inicio cuando los aficionados se reúnen en las pampadas del sector "La Merced" para luego dividirse en grupos de 10 a 12 personas montadas a caballo, siempre encabezados por dos personas con experiencia en rodeos y conocedores del sitio para guiarlos a recoger el ganado que se encuentran dentro del sector "La Merced" en la parte alta de las montañas del cerro Sincholahua y poderlo ingresar a los corrales ubicados en la parte baja de los predios del mismo sector cada grupo alcanza a recoger aproximadamente de 15 a 20 cabezas de ganado, dicho ganado que va a ser utilizado para el concurso de lazo y los toros populares.	
		El concursó de lazo a pampa abierta consiste en que del corral sueltan vaquillas o toretes hacia el campo abierto (pajonal), y una pareja de concursantes, montado a caballo y con la huasca (cuerda o sogá para retener) intentan enlazar (atrapar) a dicha vaquilla, no todos tienen la misma habilidad de manejar la huasca, es por ello que las tres mejores parejas son premiadas en dicho evento.	
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)	
		Este acontecimiento se lo recrea en ocasiones especiales como visitas de extranjeros.	
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	
		Estos movimientos son programados cada mes de septiembre, por los socios de la Asociación Sincholahua	
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
ALTERADO: NO ALTERADO: EN PROCESO DE DETERIORO:			
DETERIORADO: CONSERVADO: X			
CAUSAS:			
5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)			
CATEGORIA			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
ALTERADO: NO ALTERADO: EN PROCESO DE DETERIORO:			
DETERIORADO: CONSERVADO: X			
CAUSAS:			

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	M	R			DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO					BUS					365	
	LASTRADO	X				AUTOMOVIL				X	DÍAS AL MES	
	EMPEDRADO	X				4X4				X	CULTURALES	DIA DE INICIO :
	SENDERO	X				TREN						DIA DE FIN:
ACUATICO	MARITIMO					BARCO					NATURALES	
						BOTE						
	FLUVIAL					CANOA					HORAS AL DIA	
						OTROS					CULTURALES	DIA DE INICIO :
AEREO						AVION						NATURALES
						AVIONETA						
						HELICOPTERO						
OBSERVACIONES: Es recomendable llevar ropa abrigada.												
Se sugiere visitar el sitio en verano (Agosto-Septiembre), o en días no lluviosos, para apreciación del paisaje.												
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:												
NOMBRE DE LA RUTA: Machachi-Guitig, Santa Ana, Loreto Pedregal												
DESDE: Machachi			HASTA: Barrio Pedregal			FRECUENCIA: Diaria			DISTANCIA: 16 km			
8. FACILIDADES TURÍSTICAS												
CATEGORIAS	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		Agencias de Viajes:	
Servicios	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	N.- Est	Plazas	Almac. Artesanías	
Alojamiento											Teléfono, fax:	
Alimentación											Correos	
Esparcimiento											Otros:	

APOYO

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: _____ Tratada : _____ De Pozo: X No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____ NO EXISTE: X Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____ No Existe: X
	PRECIO	
	SI: _____	NO: _____ ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Volcán Cotopaxi	5 km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL: X	NACIONAL: _____	
PROVINCIAL: X	INTERNACIONAL: _____	
OTROS: _____		
Certifico que los datos en estas hojas son reales		
Firma del Supervisor		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo: Toros de pueblo y concurso de lazo "La Merced"		Jerarquización:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		II
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	7
	Valor extrínseco	7
	Entorno	6
	Estado de Conservación	5
	Subtotal	25
APOYO	Acceso	3
	Servicios	3
	Asociación con otros atractivos	1
	Subtotal	7
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	1
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	3
TOTAL		35

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N.-08	TIPO: Acon. Programados
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Toros de pueblo y concurso de lazo "La Merced"	JERARQUIA: II
CATEGORIA Man. Culturales	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, dentro del sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Las personas son el motivo de dicho acontecimiento
	CARACTERISTICA ABIOTICA:
	SOCIO-CULTURAL: Es un acontecimiento en cual participan pobladores de todo los sectores aledaños, es una manifestación cultural.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo vivencial.

REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**



1.- DATOS GENERALES		
ENCUESTADOR: Andrea ChangoluisaCumbajinFICHA N.- 09		
SUPERVISOR:		FECHA:10/Mayo/2016.
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas de la Virgen "La Merced"		
PROPIETARIO: Asociación Pecuaria Sincholhua		
CATEGORIA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares
2.- UBICACIÓN		
	LATITUD:0°35'4.91"S	LONGITUD: 78°24'20.08"O
PROVINCIA: Pichincha	CANTÓN: Mejía	LOCALIDAD: Pedregal/Sector La Merced
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Machachi	DISTANCIA (Km 34 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: Latacunga	DISTANCIA (Km 64 km	

CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
		ALTURA 3781	TEMPERATURA(°C) : 10°C -12°C
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm) : 14 a 295 mm	
		Es un acontecimiento que se celebra en el sector La Merced, con todos los devotos que acuden a la invitación que es de carácter público. La ceremonia se la lleva a cabo entre la primera y segunda semana del mes de Septiembre de cada año. Acoge aproximadamente a 150 devotos, durante la ceremonia.	
		La virgen durante todo el año, permanece en la casa de la señora AvelindaChangoluisa dueña actual de la imagen, es una herencia que viene de generación en generación comenta la señora. Es una imagen moderna aproximadamente de unos 70 años desde su adquisición a esta familia.	
		El día de la ceremonia los sacerdotes retiran a la virgen de su lugar de residencia para llevarla al sector "La Merced", la llevan en carro hacia el sector, atrás la acompaña una caravana de carros de fieles devotos, al momento de llegar al sector , cargan a la virgen los sacerdotes o devotos y realizan una procesión de aproximadamente 30 minutos, a esta procesión la acompaña una banda de pueblo y voladores, al momento de llegar al lugar de concentración el sacerdote, la está esperando, en ese momento de lleva a cabo una misa en la cual principalmente se pide por los rodeantes (acción de rodear el ganado)y chagras y por la quietud del volcán Cotopaxi.	
La virgen de La Merced es una figura representativa desde la época de la colonia en la historia de Quito, es conocida como la protectora de los terremotos,			
CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	5. USOS (SIMBOLISMO)	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
			ALTERADO: NO ALTERADO: EN PROCESO DE DETERIORO:
			DETERIORADO: CONSERVADO: X
			CAUSAS:
			5.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
			CATEGORIA
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO(ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
		Estos movimientos son programados cada mes de septiembre, por los socios de la Asociación Sincholahuá	ALTERADO: NO ALTERADO: EN PROCESO DE DETERIORO:
			DETERIORADO: CONSERVADO: X
			CAUSAS:

APOYO	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	Potable: _____	Entubada: _____ Tratada : _____ De Pozo: X No existe: _____ Otros: _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO: _____	GENERADOR: _____ NO EXISTE: X Otros: _____
	ALCANTARILLADO	
	Red Pública: _____	Pozo Séptico: _____ No Existe: X
	PRECIO	
	SI: _____ NO: _____	ENTRADA LIBRE: _____ OTROS: Permiso de los propietarios.
	OBSERVACIONES:	
	10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	
	NOMBRE	DISTANCIA (Km)
	Volcán Cotopaxi	5 km
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Certifico que los datos en estas hojas son reales Firma del Supervisor	
LOCAL: X NACIONAL: _____		
PROVINCIAL: X INTERNACIONAL: _____		
OTROS: _____		

FICHA DE EVALUACION DEL ATRACTIVO		
Nombre del Atractivo:Fiesta de la virgen "La Merced"		Jerarquiza ción:
Nombre de la Provincia: PICHINCHA		I
Variable	Factor	Puntos Máximos
CALIDAD	Valor intrínseco	4
	Valor extrínseco	5
	Entorno	5
	Estado de Conservación	4
	Subtotal	18
APOYO	Acceso	3
	Servicios	1
	Asociación con otros atractivos	1
Subtotal	5	
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
Subtotal	2	
TOTAL		25

Jerarquización del Atractivo	
Rango para jerarquizar: Jerarquía I (1 a 25 puntos), Jerarquía II (26 a 50 puntos), Jerarquía III (51 a 75 puntos), Jerarquía IV (76 a 100 puntos).	
N.-09	TIPO:Etnografía
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta de la virgen "La Merced"	JERARQUIA: II
CATEGORIA Man.Cultural	
DESCRIPCION	UBICACIÓN: El atractivo se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste del Parque Nacional Cotopaxi, dentro del sector La Merced
	CARACTERISTICA BIOTICA: Las personas son el motivo de dicho acontecimiento
	CARACTERISTICA ABIOTICA:
	SOCIO-CULTURAL: Este acontecimiento es reconocido a nivel local. Participan la sociedad en general.
	OPCIONES TURISTICAS: Se puede realizar turismo vivencial.

El diagnóstico participativo que se realizó mediante la intervención de actores locales que están inversos en el desarrollo económico del barrio Pedregal, permitió establecer una situación actual del sector “La Merced”, definiendo los problemas tanto internos, como externos, para de esa manera definir sus capacidades y poderlas desarrollar, para ello se estableció un perfil del turista que visita el barrio Pedregal sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, a la vez se realizó un inventario turístico de los recursos naturales y culturales que posee dicho sector para de esa manera desarrollar productos turísticos que permitan brindar actividades turísticas.

A continuación se identificara la vocación territorial que posee el sector “La Merced” mediante la creación de productos turísticos, que se puedan desarrollar, y así generar un fomento turístico dentro de la zona.

CAPÍTULO III

3. IDENTIFICACIÓN DE VOCACIONES (PRODUCTO TURÍSTICO)

Según (LIRA I. , 2003)menciona que “vocaciones de un territorio están definidas como la aptitud, capacidad o característica especial que tiene la localidad para su desarrollo”.

Dentro de este capítulo se desarrolla la identificación de productos turísticos, que permitan el progreso del territorio por la vocación turística identificada, los productos son establecidos por medio de matrices que permiten identificar las características que posee el sector “La Merced”, se plantea como potenciales a tres productos turísticos, acompañados cada uno de un itinerario que permite desarrollar de los productos.

3.1 Identificación de potenciales productos turísticos.

Según (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014) conceptualiza que un producto turístico implica plantear la temática principal del producto, así como las características y elementos básicos que debe tener para diferenciarlo de la oferta actual.

3.1.1.- Productos potenciales

Para la identificación de productos se debe tener en cuenta al mercado turístico, es decir, deben estar dirigidos a un público específico.

a) Matriz de comparación entre el producto y el mercado.

La presente matriz se la plantea en base a la metodología entregada por la (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014), para la comparación

entre elementos que más adelante forman productos y el mercado al cual va a ser ofertado.

Los datos con los que está compuesto la matriz , son datos obtenidos de los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas para conocer su perfil , dentro del barrio el Pedregal sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, dichos resultados son congruentes con la escala de valoración que se presenta a continuación.

Escala del Potencial valorado de acuerdo al tipo de producto.

CUALITATIVO	⇒	CUANTITATIVO
a) *** Fuerte	⇒	40% - 60%
b) ** Moderado a bueno	⇒	21% - 40%
c) * Limitado	⇒	1 % – 20%

Tabla 40.

Matriz de Comparación.

MATRIZ DE COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MERCADO		
Lugar: Sector “La Merced”(Hacienda La Merced)		
PRODUCTO	Turista Nacional y Extranjero	
	Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa
MERCADO		
Turismo de Aventura	***	49%
Turismo de Naturaleza	**	26%
Turismo Vivencial	**	21%

Interpretación: Para el turista nacional y extranjero que viaja en su mayoría en grupo, su motivo de viaje son las actividades recreativas como ciclismo, cabalgata y senderismo dichas actividades se encuentran dentro del producto turismo de aventura, por lo que se considera estos recursos como un potencial fuerte (***) , el paisajismo, observación de flora y fauna y fotografía se

encuentran dentro del producto turismo de naturaleza y la convivencia con la comunidad considerado como turismo vivencial, alcanzan un potencial moderado a bueno (**) es por ello que estos productos son considerados para el fomento turístico dentro del sector “La Merced”.

Mientras que el turismo cultural no es el motivo por el cual tanto los turistas nacionales como extranjeros visitan el sitio por lo que a estos recursos se los considera un potencial limitado (*), por lo que no se lo considera dentro del planteamiento de productos turísticos.

b) Identificación de las condiciones necesarias (infraestructura y servicio)

La identificación de la infraestructura y el servicio son necesarios para poder desarrollar los productos identificados. Para dicha estructuración “se deben detallar los requerimientos mínimos y acciones necesarias para que el producto turístico propuesto sea consumido en un mínimo nivel de calidad y adecuación” (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014)

La presente matriz de necesidades está estructurada de acuerdo a como lo recomienda el manual para planificación de productos turísticos (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014), y el reglamento de operación turística de aventura, dentro del capítulo III de los requisitos básicos de operación (MINISTERIO DE TURISMO, 2014)

A continuación se desarrolla una matriz de necesidades por cada producto turístico identificado dentro del sector “La Merced”.

Tabla 41.

Matriz de Necesidades del Producto Turismo de Aventura.

PRODUCTO	PUBLICO OBJETIVO	CONDICIONES INFRAESTRUCTURA	DE	CONDICIONES DE SERVICIO
Turismo de Aventura	Turistas Nacionales y Extranjeros entre los 12 y los 65 años	Senderos de Trekking Señalización de senderos	Rutas de ciclismo Mirador	Rutas de Cabalgata. Servicios higiénicos Artesanías Guías Nativos Alojamiento(Zona de Camping) Alimentación (Comedor campestre) Información al usuario

Tabla 42.

Matriz de Necesidades del Producto Turismo de Naturaleza

PRODUCTO	PUBLICO OBJETIVO	CONDICIONES INFRAESTRUCTURA	DE	CONDICIONES DE SERVICIO
Turismo de Naturaleza	Turistas Nacionales y Extranjeros entre los 2 y los 65 años en adelante.	Senderos de Trekking Señalización de senderos	Sitios de observación de flora y fauna. Sitios de fotografía.	Miradores Servicios Higiénicos Artesanías Guías Nativos Alojamiento(Zona de Camping) Información .al turista

Tabla 43.
Matriz de Necesidades del Producto Turismo Vivencial Chacarero

PRODUCTO	PUBLICO OBJETIVO	CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA			CONDICIONES DE SERVICIO							
Turismo Vivencial Chacarero	Turistas Nacionales y Extranjeros entre los 12 y los 65 años en adelante.	Corrales de piedra	Mini establo	Señalética	Servicios higiénico	Guía Nativo	Indumentaria chacarera	Artesanías chacareras	Instrumentos chacareros	Alimentación (restaurantes campestre)	Alojamiento	Información al turista.

c) Priorización de un producto turístico

Para la identificación de posibles escenarios de los distintos productos planteados, se debe tener en cuenta condiciones del mercado, nivel de inversión, tiempo estimado de implementación y las condiciones de gestión del producto, para poder elegir al producto de acuerdo al destino.

De acuerdo a la metodología planteada por (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014) determina la siguiente ponderación para la evaluación de los posibles escenarios.

Mercado (demanda y oferta)	Tiempo requerido para la implementación	Requerimientos económicos - nivel de inversión requerido	Condiciones para la gestión	EVALUACION
No hay oferta adecuada a la demanda(1)	Corto plazo: 1 año (1)	Alto (1)	Buena (3)	*De 4 a 6 puntos representan una complejidad ALTA • De 6 a 9 puntos representan una complejidad MEDIA • De 10 a 12 puntos representan una complejidad BAJA. Es decir, mayor viabilidad.
Oferta adecuada a la demanda (2)	Mediano plazo: 2 años (2)	Medio (2)	Regular (2)	
Oferta adecuada a la demanda (3)	Largo plazo: 3-4 años (1)	Bajo (3)	Débil (1)	

Fuente: (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014)

La siguiente matriz contiene datos relacionados con los productos que ofrecerá el sector “La Merced” y una estimación próxima a la realidad de desarrollo, planteada conjuntamente con los socios de la “Asociación Sincholahua”, actores y beneficiarios directos dentro del sector.

Comparación de productos.

La ponderación que se entrega a continuación en la elaboración de la presente matriz se evalúa de acuerdo al resultado obtenido durante la investigación de mercado, puesto que se encuentra una oferta determinada como adecuada para ofrecer los diferentes productos planteados, mientras que el resultado del diagnóstico participativo permitió conocer que existen actores locales que ejecutan una gestión y una intervención local apta para ser desarrollada dentro del sector “La Merced”. A continuación la matriz de comparación de productos turísticos.

Tabla 44.

Matriz de priorización de productos dentro del sector “La Merced”.

PRODUCTO	Mercado (demanda y oferta)	Tiempo requerido para la implementación	Requerimientos económicos - nivel de inversión requerido	Condiciones para la gestión	SUMA
Turismo de aventura	(3)	(2)	(2)	(3)	10
Turismo de Naturaleza	(3)	(2)	(2)	(3)	10
Turismo vivencial chacarero	(3)	(2)	(2)	(3)	10

- ✓ **Interpretación:** De acuerdo a la comparación del producto planteado con el mercado, el tiempo requerido para la implementación, requerimientos económicos y condiciones para la gestión, el turismo de aventura, el turismo de naturaleza y el turismo vivencial chacarero representan una complejidad BAJA, es decir son viables.

3.1.2 Creación de productos turísticos dentro del sector “La Merced”.

La creación del producto es el conjunto de detalles previamente sistematizados, en donde se reconoce las acciones concretas de cada uno de los productos y las actividades que se van a desarrollar dentro de los mismos, para ello se caracteriza cada uno de los productos turísticos planteados. A continuación el desarrollo de los productos con su respectiva ficha y gráfico.

a) TURISMO DE AVENTURA

✓ Concepto

El turismo de aventura que se desarrolla dentro del sector “La Merced”, tendrá como fin realizar actividades recreativas, relacionadas con ciclismo, cabalgata y senderismo, complementado con avistamiento de flora, fauna, convivencia con la naturaleza, servicio de alimentación y servicio de camping con facilidades.

✓ Características

Dentro de las características principales del producto se encuentra el público objetivo al cual está dirigido, el tipo de mercado y el grado de dificultad.

Público objetivo: El producto está preparado para ser consumido por turistas nacionales y extranjeros con edades que oscilen entre los 12 y los 65 años, este rango de edades puede ser flexible de manejar, dependiendo del grado de dificultad de las actividades a realizar.

Tipo de mercado: Turistas que prefieran desarrollar actividades combinadas con la adrenalina y la naturaleza.

Grado de Dificultad: De acuerdo al reglamento de turismo de aventura vigente dentro del Ecuador.

Tabla 45.

Grado de dificultad de actividades de turismo de aventura.

ACTIVIDAD	NIVEL DE DIFICULTAD	DESCRIPCIÓN
Cabalgata	Bajo	* 2 a 3 horas * Sin experiencia. * Planicie, valles.
	Medio	*De 3 a 6 horas. Experiencia moderada. *Laderas, pendientes.
Senderismo	Fácil	*De 2 a 3 horas *Leve desnivel de terreno. *Baja exigencia física.
	Moderado	*De 3 a 5 horas *Moderada exigencia física. *Moderado desnivel de terreno
Ciclismo	Bajo	*Mínima destreza *Dificultad técnica 1/5. *Desnivel de hasta 300 mt acumulados.
	Medio	*Ciclistas habituados. * Dificultad técnica 2/5. *Desnivel de hasta 1000 m. acumulados.

✓ **Operacionalización**

Bienvenida: La bienvenida la realizará el administrador o guía a cargo, mientras los turistas se servirán una bebida denominada el agua de sunfo que sirve para aclimatarse a la altitud a la que se encuentran.

Inicio del tour: El recorrido se dará inicio siempre y cuando se haya hecho entrega de los implementos necesarios de acuerdo a las actividades a realizar.

En caso del ciclismo, se entregara un casco, rodilleras y bicicleta, dichos implementos serán alquilados en la localidad.



*Senderismo: Actividad que se cumplirá en senderos de grados de dificultad fácil.



*En caso de cabalgata se entregará atuendos chacareros como sombrero, poncho y zamarro. Dichos implementos provendrán de los socios de la Asociación Pecuaria Sincholahua además se les entregara el caballo ensillado.



Durante el tour: En el transcurso del recorrido se observara flora como romerillos, totoras, extensiones de pajonales, arboles de pequeña estatura y fauna como conejos, lagartijas, cóndores, gligles, guiragchuros, venados, lobos, entre otros.

Miradores los cuales estarán equipados con bancas para el descanso y letreros informativos.

Paisajismo: Linderos del sector la Merced, el Rio Pita, loma de jigua, cañonada del Rio Pita, cuevas de chamilco, cerro Sincholahua, laguna del

cisne, volcán Cotopaxi, restos de lahares de la erupción del volcán Cotopaxi, entre otros.

Alimentación: El desayuno comprende de un vaso de leche o agua aromática, nata de leche con pan, huevo revuelto o cocido, y un seco de pollo.

El almuerzo comprende de un menú ya previsto o platos a la carta al igual que la cena.

Alojamiento: El servicio de alojamiento que ofrecerá el sector “La Merced” es la zona de camping con facilidades, donde se les entregara una carpa para cuatro personas, sleeping, para cada miembro y una linterna de mano. Dichos implementos serán adquiridos, para ellos se planea un proyecto de inversión más adelante.

Fin del tour: Después de la operación del producto turístico se le entregara un souvenir identificativo de la zona.

Servicios en el centro de soporte más cercano: El centro de soporte más cercano es el barrio Pedregal, a una distancia de 3 km, en el cual se puede encontrar servicios complementarios como: Siete hosterías que brindan servicios de alimentación y alojamiento, dos restaurantes, 22 guías nativos y un lugar de venta de artesanías.

A continuación se presentan las fichas de operación que permitan el desarrollo del producto turismo de aventura con su respectivo grafico

Tabla 46. Ficha de operación del producto turístico turismo de aventura

FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO	
FICHA N.- 1	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	
Turismo de aventura	
UBICACIÓN	
REGIÓN: Interandina PROVINCIA: Pichincha CANTÓN: Mejía SECTOR La Merced	
PRODUCTO PRINCIPAL DE VENTA	
Ciclismo, cabalgata, senderismo, zona de camping	
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO:	
El producto contiene actividades como ciclismo, cabalgata, senderismo, avistamiento de flora y fauna, convivencia con la naturaleza, alimentación y camping.	
PUBLICO OBJETIVO :	
Turistas nacionales y extranjeros entre los 12 y 65 años.	
TIPO DE MERCADO:	
Turistas nacionales y extranjeros que prefieran el turismo de naturaleza, De aventura, descanso y relax.	
ITINERARIO SUGERIDO	
<u>Hacienda “La Merced”</u>	
2 Días	
<u>Día 1:</u>	
08:30 Bienvenida a la Hacienda “La Merced” (Agua de sunfo).	
09:00 Inicio del recorrido por el sendero de ciclismo.	
10:00 Descanso en el Mirador. (Fotografía).	
11:30 Linderos del sector “La Merced”, paisajismo.	
12: 00 Recorrido de regreso a la hacienda, por la orilla del Rio Pita.	
13:30 Almuerzo (Menú del día, platos a la carta)	
15:00 Caminata por el sendero el “Cóndor Pasa”.	
16:30 Retorno a la Hacienda.	
17:00 Armar las carpas de camping.	
18:00 Cena	
19:30 Fogata /leyendas/experiencias.	
21:00 Fin del día.	
<u>Día 2:</u>	
07:00 Desayuno.	
08:00 Inicio del recorrido por el sendero de cabalgata.	
09:00 Visita a la loma de jigua. (Fotografía)	
10:00 Visita a la cañonada. Fotografía.	
10:30 Retorno por las orillas del rio pita.	
12:00 Llegada a la Hacienda.	
12:30 Almuerzo	
Fin del Tour.	
SERVICIOS EN EL CENTRO DE SOPORTE MAS CERCANO:	
• Servicios de Restaurante.	* Venta de Artesanías
• Guías Nativos	
• Hosterías	

Fuente: (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014)

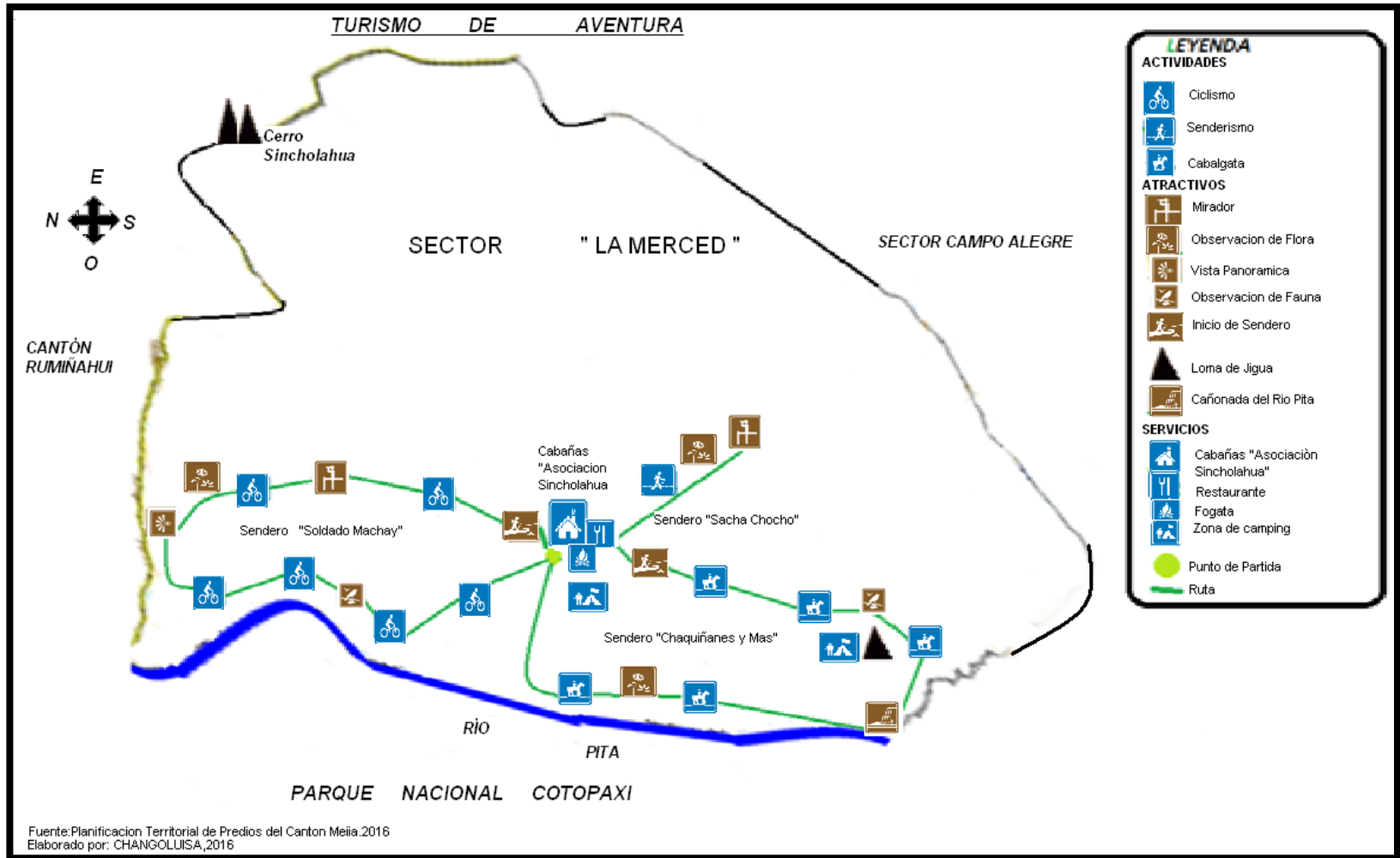


Figura 28. Gráfico del Producto Turismo de Aventura

b) TURISMO DE NATURALEZA.

✓ **Concepto**

El turismo de naturaleza también conocido como ecoturismo, es un turismo que se desarrolla dentro de áreas protegidas, para dicho impulso se toma ese modelo, por ser una zona de pajonal. Este producto tiene como fin la convivencia con la naturaleza su flora, fauna y paisajismo, como actividades recreativas, el senderismo.

✓ **Características**

Dentro de las características principales del producto se encuentra el público objetivo al cual está dirigido, el tipo de mercado y el grado de dificultad.

Público objetivo: El producto está preparado para ser consumido por turistas nacionales y extranjeros entre los 2 y los 65 años en adelante, este rango de edades puede ser flexible de manejar, dependiendo del grado de dificultad de las actividades a realizar.

Tipo de mercado: Este producto está estructurado para turistas que prefieran desarrollar actividades de relajación y armonía con la naturaleza.

Grado de Dificultad: El grado de dificultad que se ha entregado a cada una de las actividades se encuentra dentro del reglamento de turismo de aventura vigente dentro del Ecuador.

Tabla 47.

Grado de dificultad de actividades de turismo de naturaleza.

ACTIVIDAD	NIVEL DE DIFICULTAD	DESCRIPCIÓN
Senderismo	Fácil	*De 2 a 3 horas *Leve desnivel de terreno. *Baja exigencia física.
	Moderado	*De 3 a 5 horas *Moderada exigencia física. *Moderado desnivel de terreno

✓ **Operacionalización**

Bienvenida: La bienvenida la realizará el administrador o guía a cargo, mientras los turistas se servirán una bebida denominada el agua de sunfo que les servirá para aclimatarse a la altitud a la que se encuentran.

Inicio del tour: El recorrido se dará inicio siempre y cuando se haya hecho una explicación sobre los distintos senderos y los kilómetros de recorrido que estos tienen.

- Sendero Soldado Machay: Longitud de 8,17 km, grado de dificultad moderado.
- Sendero “El cóndor pasa”: Longitud de 9,00 km, grado de dificultad moderado.
- Sendero “Chaquiñanes y más”: Longitud de 7,26 km, grado de dificultad fácil.



Figura 32. Diseño de senderos dentro del sector “La Merced”.

Durante el tour: De acuerdo a como se vaya desarrollando el producto se apreciara flora como romerillos, totoras, extensiones de pajonales, arboles de pequeña estatura y fauna como conejos, lagartijas, cóndores, gligles, guiragchuros, venados, lobos, entre otros.

Miradores los cuales estarán equipados con bancas para el descanso y letreros informativos.

Paisajismo: Linderos del sector la Merced, el Río Pita, loma de jigua, cañonada del Río Pita, cuevas de chamilco, cerro Sincholagua, laguna del cisne, volcán Cotopaxi, restos de lahares de la erupción del volcán Cotopaxi, entre otros.

Alimentación: El desayuno comprende de un vaso de leche o agua aromática, nata de leche con pan, huevo revuelto o cocido, y un seco de pollo.

El almuerzo comprende de un menú ya previsto o platos a la carta al igual que la cena.

Alojamiento: El servicio de alojamiento que ofrecerá el sector “La Merced” es la zona de camping con facilidades, donde se les entregara una carpa para cuatro personas, sleeping, para cada miembro y una linterna de mano. Dichos implementos serán adquiridos, para ellos se planea un proyecto de inversión más adelante.

Fin del tour: Después de la operación del producto turístico se entregara un souvenir identificativo de la zona.

Servicios en el centro de soporte más cercano: El centro de soporte más cercano es el barrio Pedregal, a una distancia de 3 km, dentro de este barrio se puede encontrar servicios complementarios como: Siete hosterías que brindan servicios de alimentación y alojamiento, dos restaurantes, 22 guías nativos y un lugar de venta de artesanías.

A continuación se presentan las fichas de operación que permitan el desarrollo del producto turismo de naturaleza con su respectivo gráfico.

Tabla 48. Ficha del producto turístico turismo de naturaleza.

FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO	
FICHA N.- 2	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	
Turismo de Naturaleza	
UBICACIÓN	
REGIÓN: Interandina PROVINCIA: Pichincha CANTÓN: Mejía SECTOR La Merced	
PRODUCTO PRINCIPAL DE VENTA	
Senderismo y Zona de Camping	
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO:	
El producto contiene actividades como senderismo, avistamiento de flora y fauna, convivencia con la naturaleza, alimentación y camping.	
PUBLICO OBJETIVO :	
Turistas nacionales y extranjeros entre los 2 y los 65 años.	
TIPO DE MERCADO:	
Turistas nacionales y extranjeros que prefieran el turismo de naturaleza, De aventura, descanso y relax.	
ITINERARIO SUGERIDO	
<u>Hacienda “La Merced”</u> 2 Días	
<u>Día 1:</u>	
08:30 Bienvenida a la Hacienda “La Merced” (Agua de sunfo).	
09:00 Inicio del recorrido por el sendero “Soldado Machay”.	
10:30 Descanso en el Mirador. (Fotografía).	
11:30 Linderos del sector “La Merced”, vista panorámica.	
12: 00 Recorrido de regreso a la hacienda, por la orilla del Rio Pita.	
13:30 Almuerzo (Menú del día, platos a la carta)	
15:00 Caminata Por el sendero el “Sacha Chocho”.	
16:30 Retorno a la Hacienda.	
17:00 Armar las carpas de camping.	
18:00 Cena	
19:30 Fogata /leyendas/experiencias.	
21:00 Fin del día.	
<u>Día 2:</u>	
07:00 Desayuno.	
08:00 Inicio del recorrido por el sendero “Chaquiñanes y más”.	
09:00 Visita a las cuevas de chamilco. (Fotografía)	
10:00 Visita a la cañonada. Fotografía.	
10:30 Retorno por las orillas del rio pita.	
12:00 Llegada a la Hacienda.	
12:30 Almuerzo	
Fin del Tour.	
ÉPOCA DE VISITA:	
Invierno y verano	
SERVICIOS EN EL CENTRO DESOPORTE MAS CERCANO:	
• Servicios de Restáurate.	* Venta de Artesanías
• Guías Nativos	
• Hosterías	

Fuente: (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014)

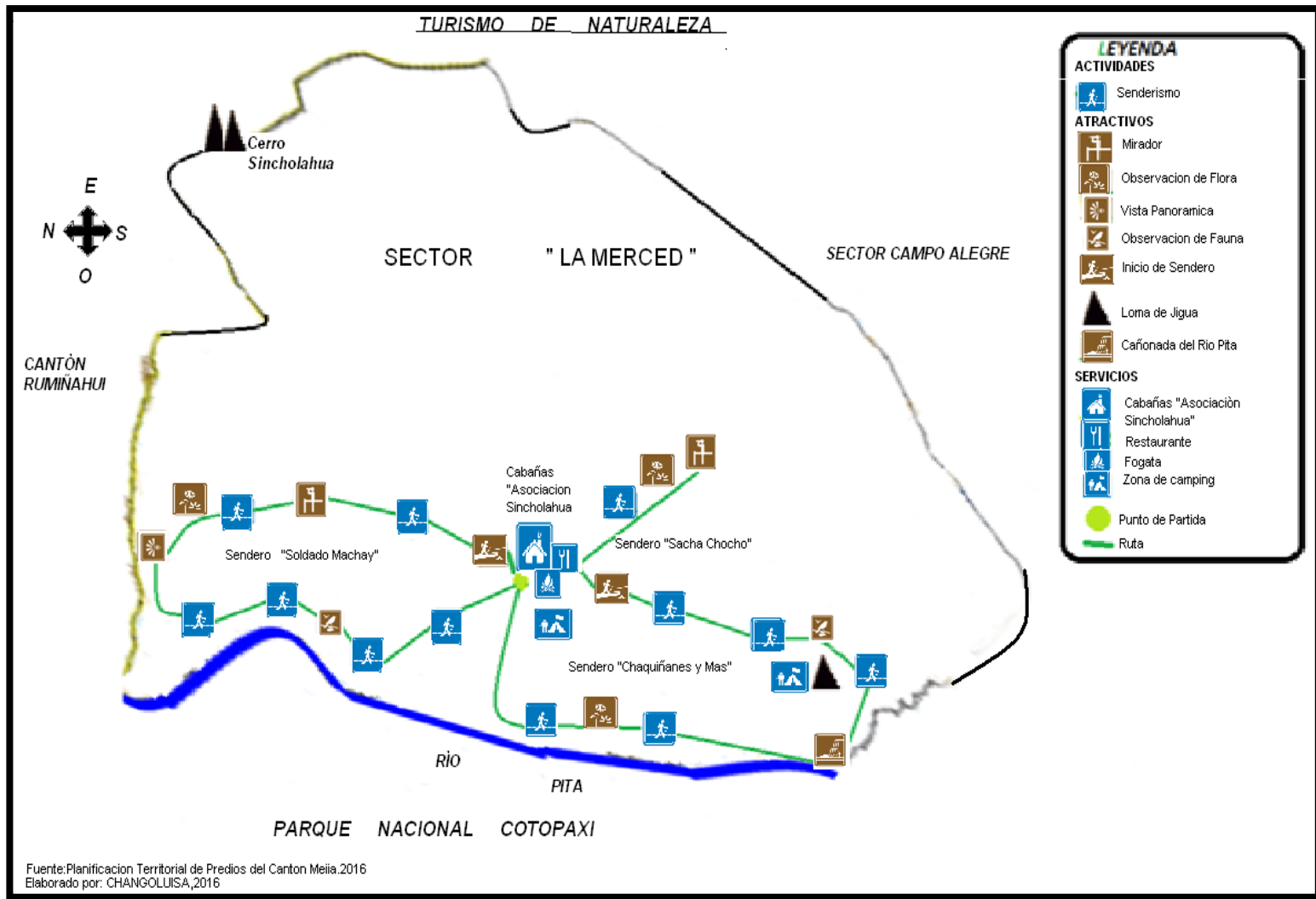


Figura 29. Gráficos del Producto Turismo de Naturaleza.

c) TURISMO VIVENCIAL CHACARERO.

✓ **Concepto**

El turismo vivencial que se desarrolla dentro del sector “La Merced”, está relacionado con la cultura chacarera, con su modo de trabajo con el ganado y la ganadería en general. Las principales actividades a practicar son la cabalgata, el ordeño y el manejo del ganado de páramo.

✓ **Características**

Dentro de las características principales del producto se encuentra el público objetivo al cual está dirigido, el tipo de mercado y el grado de dificultad.

Público objetivo: El producto está preparado para turistas nacionales y extranjeros entre los 12 y los 65 años.

Tipo de mercado: Turistas que prefieran desarrollar actividades y experiencias de la forma de vida de diferentes culturas y costumbres.

Grado de Dificultad: El grado de dificultad es moderado en cuanto al manejo del caballo.

✓ **Operacionalización**

Bienvenida: La bienvenida la realizará el administrador o guía a cargo, mientras los turistas se servirán una bebida denominada el agua de sunfo que les servirá para aclimatarse a la altitud a la que se encuentran.

Inicio del tour: El recorrido se dará inicio siempre y cuando se haya hecho una explicación sobre la actividad de la chacarería. Entrega de implementos chacareros como el caballo, sombrero, poncho y zamarro. Implementos que se los proveerán los socios de la Asociación Pecuaria Sincholahua.



Durante el tour: Mientras se vaya desarrollando el tour el turista podrá realizar actividades como:

* Recoger el ganado de los páramos, reunir grupos grandes de ganado, apreciar las maniobras de los chagras para trabajar.



*Concurso de Lazo: Es practicada por los chagras con experiencias a pampa abierta y por turistas con experiencia moderada.



*Ordeño de Vacas: participación del turista con supervisión de una persona con experiencia.



De acuerdo a como se vaya desarrollando el producto se apreciara flora como romerillos, totoras, extensiones de pajonales, arboles de pequeña estatura y fauna como conejos, lagartijas, cóndores, gligles, guiragchuros, venados, lobos, entre otros.

Miradores los cuales estarán equipados con bancas para el descanso y letreros informativos.

Paisajismo: Linderos del sector la Merced, el Rio Pita, loma de jigua, cuevas de chamilco, cerro Sincholahua, volcán Cotopaxi, restos de lahares de la erupción del volcán Cotopaxi, corrales de piedra, entre otros.

Alimentación: El desayuno comprende de un vaso de leche o agua aromática, nata de leche con pan, huevo revuelto o cocido, y un seco de pollo.

El almuerzo comprende de un menú ya previsto o platos a la carta al igual que la cena.

Alojamiento: El servicio de alojamiento que ofrecerá el sector “La Merced” es la zona de camping con facilidades, donde se les entregara una carpa para cuatro personas, sleeping, para cada miembro y una linterna de mano. Dichos implementos serán adquiridos, para ellos se planea un proyecto de inversión más adelante.

Fin del tour: Después de la operación del producto turístico se le entregara un souvenir identificativo de la zona.

Servicios en el centro de soporte más cercano: El centro de soporte más cercano es el barrio Pedregal, a una distancia de 3 km, dentro de este barrio se puede encontrar servicios complementarios como: Siete hosterías que brindan servicios de alimentación y alojamiento, dos restaurantes, 22 guías nativos y un lugar de venta de artesanías.

A continuación se presentan las fichas de operación que permitan el desarrollo del producto turismo de naturaleza con su respectivo gráfico.

Tabla 49. Ficha del producto turístico turismo vivencial chacarero.

FICHA DEL PRODUCTO TURÍSTICO	
FICHA N.- 3	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	
Turismo Vivencial Chacarero	
UBICACIÓN	
REGIÓN: Interandina PROVINCIA: Pichincha CANTÓN: Mejía SECTOR La Merced	
PRODUCTO PRINCIPAL DE VENTA	
Costumbres y tradiciones del chagra.	
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO:	
El producto contiene actividades como cabalgata, actividades chacareras, actividades ganaderas.	
PUBLICO OBJETIVO :	
Turistas nacionales y extranjeros entre los 12 y 65 años.	
TIPO DE MERCADO:	
Turistas nacionales y extranjeros que prefieran convivir con las personas con diferentes culturas y costumbres.	
ITINERARIO SUGERIDO	
<u>Hacienda “La Merced”</u>	
<u>Día 1:</u>	
08:30 Bienvenida a la Hacienda “La Merced” (Agua de sunfo).	
09:00 Inicio del recorrido para recoger el ganado, para el concurso de lazo.	
11:00 Ingreso del ganado a los corrales.	
11:30 Demostración cultural del arte de enlazar un toro bravo.	
12: 00 Concurso de lazo para aficionados.	
13:30 Almuerzo (Menú del día, platos a la carta)	
15:00 Regresar el ganado a los páramos.	
16:00 Retorno a la Hacienda.	
16:30 Preparar a las vacas para el ordeño.	
16:45 Ordeño de las vacas (participación)	
17:30 Armar las carpas de camping.	
18:00 Cena	
19:30 Fogata /leyendas/experiencias.	
21:00 Fin del día.	
<u>Día 2</u>	
07:00Desayuno.	
08:30 Inicio del recorrido por el sendero “El cóndor pasa”.	
10:00 Descanso	
11:30 Box Lunch	
12:00 Fotografía, flora, fauna, vista panorámica	
12:30 Retorno a la hacienda.	
14:00 Almuerzo (Menú del día, platos a la carta)	
15.00 Fin del Día.	
SERVICIOS EN EL CENTRO DESOPORTE MAS CERCANO:	
• Servicios de Restáurate.	* Venta de Artesanías
• Guías Nativos	
• Hosterías	

Fuente: (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014)

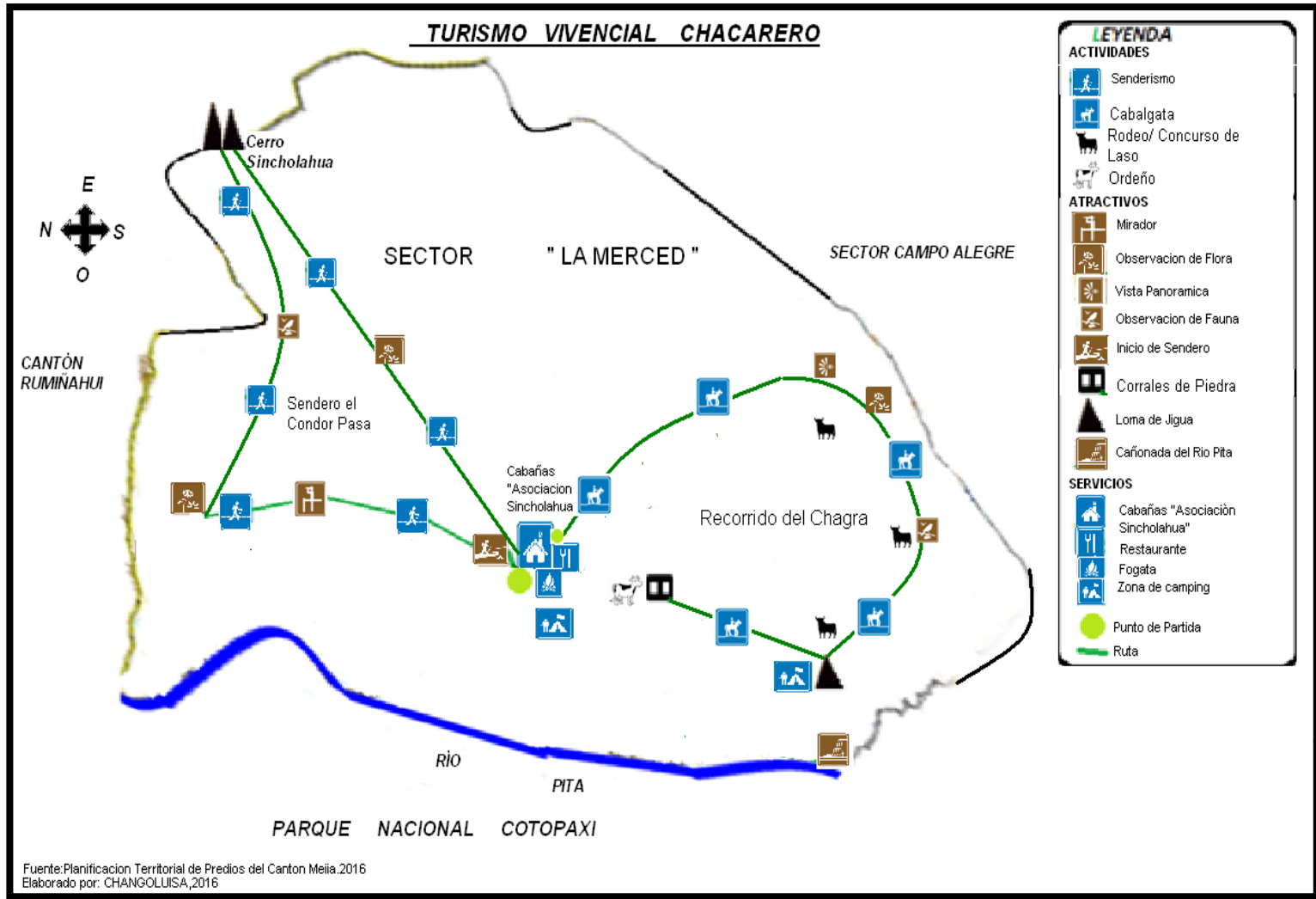


Figura 30. Gráfico del Producto Turismo Vivencial Chacarero.

De acuerdo al proceso metodológico entregado por el manual para la planificación de productos turísticos (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, 2014), se identifica tres productos turísticos que con su infraestructura y calidad de servicio adecuado, se desarrollará con gran facilidad.

Mediante productos identificados y las investigaciones previamente realizadas, se determina que el sector “La Merced” presenta una vocación de turismo de aventura y turismo de naturaleza por su amplio potencial natural.

Para el desarrollo de dichos productos es necesario plantear acciones concretas y fijar estrategias que permitan desarrollar dichas acciones, para ello a través de la planificación se debe estructurar un instrumento en el cual se defina proyectos y actividades que permitan el seguimiento durante la etapa de la implementación estimada.

Los programas son un conjunto de proyectos que permiten el fomento turístico de un territorio, para la elaboración de un programa de fomento se debe tener en cuenta el objetivo estratégico en base al cual se va a trabajar, dicho o dichos objetivos son planteados de manera nacional, provincial o cantonal.

A continuación se presenta el programa de fomento turístico que permita el desarrollo de cada uno de los productos identificados en el sector “La Merced”, basado en el objetivo estratégico: “Desarrollo de destinos y facilitación Turística” determinado en el PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE MEJÍA, 2009 vigente.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA DEL PROGRAMA DE FOMENTO TURÍSTICO

4.1 INTRODUCCIÓN

El fomento desde el punto de vista productivo, puede tener varios significados como impulso, protección e incluso difusión, es así que el fomento turístico son capacidades locales que permiten poner en marcha ideas o propuestas de emprendimientos que pretenden satisfacer necesidades encontradas en el mercado mediante una planificación turística.

La planificación turística que se desarrolla dentro del Cantón Mejía, está basado en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible Mejía 2020, es una herramienta de gestión que permite consolidar la actividad turística, dentro de este plan se encuentran cinco líneas de acción estratégicas, estas líneas constituyen la agrupación temática básica para proyectar la vocación turística zonal de desarrollo del turismo sostenible en el cantón, el presente Programa de Fomento Turístico para el sector “La Merced”, está basado en la línea estratégica “Desarrollo de destinos y facilitación Turística”.

La base del Programa de Fomento Turístico se desarrolla desde un diagnóstico participativo, tanto de actores locales inversos en la actividad turística dentro del barrio Pedregal, como de los socios activos de la “Asociación Pecuaria Sincholagua” los cuales son los actores y beneficiarios principales en la realización de los proyectos que forman parte de la presente propuesta.

El Programa de Fomento Turístico para el sector “La Merced” pretende cubrir las necesidades turísticas que presenta el territorio, mediante el

desarrollo de seis proyectos con sus respectivas actividades, mediante los cuales se pretende generar ideas atractivas con la finalidad de fomentar el turismo sostenible dentro del sector “La Merced”.

4.2 ANTECEDENTES

El desarrollo turístico dentro del Cantón Mejía ha tomado fuerza por su cultura y la variedad de actividades que se puede realizar en sus alrededores, su cabecera cantonal es la parroquia Machachi es el centro con mayor movimiento turístico, pues está conformado por grandes valles productivos y extensos pajonales que permiten la recreación, dentro de estos valles encontramos el barrio Pedregal.

El Pedregal es una zona que desarrolla tanto actividades como la agricultura, la ganadería y el turismo pues este barrio forma parte de la entrada al Parque Nacional Cotopaxi control Norte, en la parte nor-oriental del Pedregal se encuentra el sector “La Merced”.

El sector “La Merced” es un sitio con amplio potencial turístico al contar con amplios espacios de pajonales y la variedad de flora y fauna, este sector está ubicado junto al Parque Nacional Cotopaxi, parque que es visitado por miles de turistas que buscan recreación y relajación, lo cual genera una ventaja turística, pese a esto el sitio no cuenta con servicios básicos y por ende no está en la capacidad de brindar servicios turísticos, como única actividad económica del sitio es la ganadería.

La Asociación Pecuaria Sicholahua, es un ente jurídico activo dentro del sector “La Merced” y está compuesta por 21 socios, dicha asociación se conformó con el fin de adquirir este sector (La Merced) en el año 2010, en ese entonces pertenecía al ISSFA.

4.3 OBJETIVO GENERAL

Fomentar el turismo dentro del sector “La Merced”, a través del desarrollo de servicios y actividades turísticas dentro del sector, orientado a cubrir las necesidades del territorio.

4.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y ESPECÍFICOS

El planteamiento de objetivos tanto estratégicos como específicos dependerá de las características del área y de las conexiones existentes entre la economía local y las economías exteriores y del potencial de crecimiento económico.

Los objetivos estratégicos orientan la determinación de los objetivos específicos que, a su vez, permitirán definir el modelo deseado del programa de fomento turístico. Para ello es necesario la creación de una matriz de FODA cruzada, dicha matriz permite plantear estrategias.

Tabla 50.

Matriz FODA Cruzada.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Flora y fauna endémica del sector. ✓ Grandes extensiones de pajonal. ✓ Posee atractivos naturales como cerros, ríos y quebradas. ✓ La cultura chagra prevalece en el sector. ✓ La asociación Sincholahua, esta jurídicamente constituida. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El sector “La Merced” genera ingresos económicos mínimos. ✓ Servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, alcantarillado son carentes en el sitio. ✓ La existencia de senderos que permitan el recorrido del sector, son escasos. ✓ El sector carece de señalética. ✓ Insuficiente infraestructura para alojamiento y alimentación.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se encuentra junto al Parque Nacional Cotopaxi ✓ Asesoramiento por parte del departamento de talento humano del GAD de Mejía, para la creación de pequeñas y mediana empresas. ✓ El barrio Pedregal cuenta con un grupo de guías nativos acreditados por el Ministerio de Turismo. 	<p>(OFENSIVAS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Proteger y desarrollar los recursos naturales y culturales para el desarrollo de la identidad del sector “La Merced”. 	<p>(ADAPTIVAS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar el desarrollo del sector “La Merced”, en función de las necesidades identificadas, mediante un criterio técnico. ✓ Generar proyectos de inversión que abarquen actividades y servicios innovadores y de calidad.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Erupción del Volcán Cotopaxi. ✓ Animales en peligro de extinción. ✓ Dentro del barrio el Pedregal, el idioma ingles es poco desarrollado. ✓ Presencia de basura en las vías, tanto de acceso al barrio Pedregal, como al sector “La Merced”. 	<p>(DEFENSIVAS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover un desarrollo socio-cultural local, que eleve la calidad de vida de los socios de la Asociación Sincholahua y de los colaboradores presentes dentro del sector “La Merced”. 	<p>(SUPERVIVENCIA)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Forjar conscientemente un trabajo conjunto tanto con el Parque Nacional Cotopaxi y la Asociación Sincholahua, para un beneficio mutuo y bienestar futuro.

A continuación se presentan objetivos estratégicos basados en cada uno de los componentes del desarrollo sostenible como lo son el ámbito económico, ámbito ambiental y ámbito socio-cultural.

Tabla 51.

Objetivos Estratégicos y específicos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p><u>Ámbito Económico</u></p> <p>1.-Planificar el desarrollo del sector “La Merced”, en función de las necesidades identificadas, mediante un criterio técnico.</p>	<p>1.1 Identificar sitios adecuados para la implementación de CAMPING con facilidades, como parte de servicio de alojamiento.</p> <p>1.2 Proponer un modelo de servicio de alimentación (Restaurante campestre), para el servicio de los turistas que visiten el sector “La Merced”.</p>
<p><u>Ámbito Ambiental</u></p> <p>2.- Proteger y desarrollar los recursos naturales para el desarrollo de la identidad del sector “La Merced”.</p>	<p>2.1 Diseñar senderos que permitan la apreciación de flora,fauna y paisajismo mediante una planificación técnica.</p> <p>2.2 Implementar señalética tanto informativa como turística mediante la identificación de sitios estratégicos.</p>
<p><u>Ámbito Socio-cultural</u></p> <p>3.-Promover un desarrollo socio-cultural local, que eleve la calidad de vida de los socios de la Asociación Sincholahua y de los colaboradores presentes dentro del sector “La Merced”.</p>	<p>3.1 Organizar capacitaciones de atención y servicio al cliente, dirigido a los actores que interactúen con los turistas que visiten el sector “La Merced”.</p> <p>3.2 Plantear estrategias de promoción.</p>

4.5 ESTRATEGIAS LOCALES DE DESARROLLO

- ✓ Consolidar al sector “La Merced” como un destino turístico de desarrollo sostenible.

- ✓ Desarrollo de capacidades y conocimientos para la creación de nuevos productos que ofertar al turista mediante el conocimiento del perfil del turista.

4.6. MATRIZ DE MARCO LÓGICO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

El Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas. **(ORTEGON, 2005)**

Tabla 52.

Matriz de Marco Lógico para el desarrollo del programa de fomento turístico dentro del sector “La Merced”.

	RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
FIN	Fomentar el turismo dentro del sector “La Merced”.	Ingresos económicos/Salario Básico actual	Ministerio de trabajo	Participación de la Asociación “Sincholahua”
PROPOSITO	Implementar servicios y actividades turísticas.	Propuesta de cinco proyectos ejecutables.	Proyectos de inversión	Territorio con potencial turístico natural
COMPONENTES	1.-Planificación de servicios de alojamiento y alimentación.	Lineamientos/Reglamentos	Reglamento turístico vigente	Cambio de la matriz productiva
	2.-Desarrollo de herramientas de protección ambiental.	Lineamientos/Reglamentos	Reglamento de actividades turísticas	Cambio de la matriz productiva
	3.-Planificación de capacitaciones y promoción	Capacitaciones propuestas / Estrategias promoción.	Evaluaciones de aprendizaje / Marketing	Participación de la Asociación Sincholahua.
ACTIVIDADES	1.1Implementacion de un restaurante Campestre.	28.121.13	*Proformas	Accesibilidad al Presupuesto
	1.2Identificacion de Zonas de camping como servicio de alojamiento.	1.682.00	*Áreas Delimitadas	
	2.1Diseño de senderos ecológicos.	580.00	*Proformas	
	2.2Implementación de señalética educativa	2.387.00	*Proformas	
	3.1Capacitación en atención y al cliente	155.00	*Proformas *Gastos	
	3.2 Estrategias promoción.	00.00	*Proformas	

4.7 PROYECTOS DE FOMENTO TURÍSTICO

Los proyectos de fomento están basados en los objetivos estratégicos del programa, a continuación el desarrollo de los proyectos propuestos para el sector “La Merced”

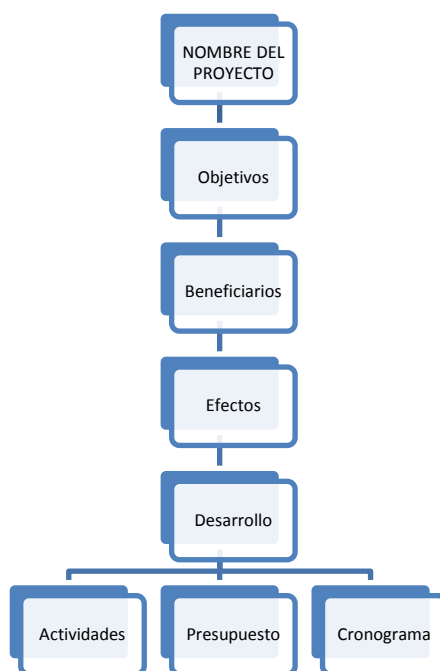


Figura 31. Estructura del proyecto

A continuación se presenta el perfil de los proyectos de inversión de acuerdo a los objetivos estratégicos planteados anteriormente, estos proyectos permiten el fomento turístico dentro del sector “La Merced”.

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1.

- ✓ Planificar el desarrollo del sector “La Merced”, en función de las necesidades identificadas, mediante un criterio técnico.

4.8 PROYECTO N.- 1 Diseño de un área de camping en el sector “La Merced”.

4.8.1 Localización geográfica del proyecto.

El presente proyecto se encuentra ubicado dentro del sector “La Merced”. Ubicado al nor-orienté del barrio Pedregal, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

4.8.2 Objetivo (s) del proyecto

Diseñar un área de camping, como servicio de alojamiento mediante la definición de un sitio dentro del sector “La Merced”.

4.8.3 Meta(s)

Identificar una zona estratégica, para implementar un campamento turístico como servicio de alojamiento dentro del sector “La Merced” en un tiempo aproximado de tres meses desde su planificación.

4.8.4 Beneficiarios

Dentro de los beneficiarios del presente proyecto se encuentran de manera directa los socios de la “Asociación Sincholahua”, ya que son los actores directos dentro del sector “La Merced”. De manera indirecta los beneficiarios serán los turistas que ingresan al sector, y a su vez los pobladores del barrio Pedregal.

4.8.5 Efectos (Impactos)

- ✓ Ingreso de turistas al sector “La Merced”, que paguen por hacer uso de la zona de camping con facilidades, como servicio de alojamiento.
- ✓ Generación de puestos de empleo para los socios de la Asociación Sincholahua.

4.8.6 Desarrollo

Dentro del desarrollo se identifica las actividades directas y específicas que se va a realizar para dar cumplimiento al cuerpo del proyecto, el presupuesto que implica la implementación del proyecto y el tiempo estimado que va a llevar su cumplimiento. Ver Anexo 2.

- a) Actividades
 - ✓ Identificación del lugar.

- ✓ Superficie.
- ✓ Parcelación.
- ✓ Capacidad.
- ✓ Servicios.

b) Cronograma

CRONOGRAMA												
N. -	Componente	Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3	
			1	2	3	4	1	2	3	4		
			1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Identificación del Lugar	1.1 Recorrido del lugar con: 1 Planificador, 1 socio.	■									
2	Superficie	2.1 Definición del lugar exacto de las zonas de camping		■								
3	Parcelación	3.1 División y definición de áreas individuales para acampar		■								
4	Capacidad	4.1 Definición de capacidad por cada zona establecida de camping.		■								
5	Servicios	5.1 Definición de área de parrillada.			■							
		5.2 Construcción del área de parrillada.			■	■						
		5.3 Construcción de la letrina							■			
		5.4 Adquisición de carpas y sleeping									■	■

c) Presupuesto

PRESUPUESTO				
N	Actividad	Descripción	Cantidad	Valor Total
1	1.1 Recorrido del lugar con: 1 Planificador, 1 socio.	Almuerzos	2	7.00
2	2.1 Definición del lugar exacto de las zonas de camping			0.00
3	3.1 División y definición de áreas individuales para acampar	Estacas de maderas	40	10.00
4	4.1 Definición de capacidad por cada zona establecida de camping.			0.00
5	5.1 Definición de área de parrillada.			
	5.2 Construcción del área de parrillada.	Muros de cemento, ladrillo y una visera de madera	2	260.00
	5.3 Construcción de la letrina	Madera , inodoro	1	110.00
		Carpa oursky	5	525.00
		Sleeping oursky	20	640.00
	5.4 Adquisición de carpas y sleeping	Linternas de mano recargables	10	130.00
	TOTAL			1682.0

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1.

- ✓ Planificar el desarrollo del sector “La Merced”, en función de las necesidades identificadas, mediante un criterio técnico.

4.9 PROYECTO N.- 2.- Plan de negocios para la implementación de un restaurante campestre en el sector “La Merced”.

4.9.1 Localización geográfica del proyecto.
El presente proyecto se encuentra ubicado dentro del sector “La Merced”. Ubicado al nor-orienté del barrio Pedregal, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.
4.9.2 Objetivo (s) del proyecto
Implementar un restaurante campestre mediante la definición de servicios dentro del sector “La Merced”.
4.9.3 Meta(s)
Implementar las estructuras existentes en el sector con instrumentos para prestar un servicio de restaurante campestre al servicio de los turistas en un tiempo aproximado de cinco meses desde su planificación.
4.9.4 Beneficiarios.
Dentro de los beneficiarios del presente proyecto se encuentran de manera directa los socios de la “Asociación Sincholahua”, ya que son los actores directos dentro del sector “La Merced”. De manera indirecta los beneficiarios serán los turistas que ingresan al sector, y a su vez los pobladores del barrio Pedregal.
4.9.5 Efectos (Impactos)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingreso de turistas al sector “La Merced”, que paguen por hacer uso del servicio de restaurante (alimentación). ✓ Generación de puestos de empleo para los socios de la Asociación Sincholahua.
4.9.6 Desarrollo
Dentro del desarrollo se identifica las actividades directas y específicas que se va a realizar para dar cumplimiento al cuerpo del proyecto, el presupuesto que

c) Presupuesto

PRESUPUESTO			
N.-	Componente	Actividad	Valor Total
1	Plan de Marketing	1.1 Producto y servicio	-0-
		1.2 Mercado	-0-
		1.3 Competencia	-0-
		1.4 Precio	-0-
		1.5 Distribución	
		1.6 Promoción	-0-
		1.7 Previsión de Ventas	-0-
2	Plan de producción y calidad	2.1 Prestación del producto y servicio.	-0-
		2.2 Calidad	14.008,80
		2.3 Infraestructura	4.114,33
		2.4 Seguridad en el trabajo y medio ambiente.	4.450,00
3	Plan de organización y gestión	3.1 Organización	500
		3.2 Gestión del Personal.	2.148,00
4	Plan jurídico Fiscal	4.1 Forma Jurídica	-0-
		4.2 Permisos, licencias y documentación oficial	2.900,00
		4.3 Gastos de constitución	-0-
5	Plan económico y financiero	5.1 Plan de inversiones y financiamiento	-0-
		5.2 La cuenta de resultados.	-0-
		5.3 Plan de tesorería	-0-
		5.4 Balance de situación	-0-
TOTAL PRESUPUESTO			28.121,13

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2.

- ✓ Proteger y desarrollar los recursos naturales para el desarrollo de la identidad del sector “La Merced”.

4.10 PROYECTO N.- 3 Diseño de senderos que permitan la apreciación de flora, fauna y paisajismo.

4.10.1 Localización geográfica del proyecto.
El presente proyecto se encuentra ubicado dentro del sector “La Merced”. Ubicado al nor-orienté del barrio Pedregal, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.
4.10.2 Objetivo (s) del proyecto
Diseñar senderos que permitan la apreciación de flora y fauna, mediante una sistematización de pasos técnicos.
4.10.3 Meta(s)
Diseñar las estructuras de los tres posibles senderos, para poder recorrer la zona turística del sector “La Merced” para prestar un servicio de degüianza a los turistas que visiten el lugar, se estima un tiempo aproximado de construcción de tres meses desde su planificación.
4.10.4 Beneficiarios.
Dentro de los beneficiarios del presente proyecto se encuentran de manera directa los socios de la “Asociación Sincholahua”, ya que son los actores directos dentro del sector “La Merced”. De manera indirecta los beneficiarios serán los turistas que ingresan al sector, y a su vez los pobladores del barrio Pedregal.
4.10.5 Efectos (Impactos)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ingreso de turistas al sector “La Merced”, que paguen por hacer uso de los senderos especificados. ✓ Generación de puestos de empleo para los socios de la Asociación Sincholahua.
4.10.6 Desarrollo
Dentro del desarrollo se identifica las actividades directas y específicas que se va a realizar para dar cumplimiento al cuerpo del proyecto, el presupuesto que

b) Presupuesto

PRESUPUESTO					
N	Componente	Actividad	Descripción	Cantidad	Valor Total
1	Diagnostico	1.1 Levantamiento del diagnóstico de la zona de senderos.		0	0
2	Diseño	2.1 Trazado de la Ruta		0	0
3	Requerimientos técnicos	3.1 Ancho de la huella	Minga de los socios		
		3.2 Ancho de la faja	Minga de los socios		
		3.3 Carpeta de circulación			
		3.4 Barandas	Barandas de prevención de madera	4	100
		3.5 Miradores	Miradores de madera	2	300
		3.6 Basureros	Basureros de madera	2	50
		3.7 Bancas	Bancas de madera	4	80
		3.8 Estaciones interpretativas	Cuadros de madera	2	50
4	Mantenimiento	4.1 Planificación de la restitución	Restablecer el ancho de la huella.		
			Marcar el ancho de la faja.		
			Restitución de la carpeta de circulación.		
			Reparar la infraestructura dañada.		500,00
			Limpiar y restituir la señalética.		
		TOTAL			1.080,00

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2.

- ✓ Proteger y desarrollar los recursos naturales para el desarrollo de la identidad del sector “La Merced”.

4.11 PROYECTO N.- 4. Implementación de señalética turística en sitios estratégicos, dentro del sector “La Merced”.

4.10.1 Localización geográfica del proyecto.

El presente proyecto se encuentra ubicado dentro del sector “La Merced”. Ubicado al nor-orientado del barrio Pedregal, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

4.11.2 Objetivo (s) del proyecto.

Implementar señalética tanto informativa como turística mediante la identificación de sitios estratégicos dentro del sector “La Merced”.

4.11.3 Meta(s).

Diseño de la señalética que se implementara en el sector “La Merced”, mediante la identificación de sitios estratégicos, su elaboración y distribución será aproximadamente en dos meses desde su planificación.

4.11.4 Beneficiarios.

Dentro de los beneficiarios del presente proyecto se encuentran de manera directa los socios de la “Asociación Sincholahua”, ya que son los actores directos dentro del sector “La Merced”. De manera indirecta los beneficiarios serán los turistas que ingresan al sector, y a su vez los pobladores del barrio Pedregal.

4.11.5 Efectos (Impactos).

- ✓ Mantener informados a los turistas que ingresen al sector “La Merced”.
- ✓ Publicidad acerca de la ubicación y servicios que ofrece el sector “La Merced”.

4.11.6 Desarrollo.

Dentro del desarrollo se identifica las actividades directas y específicas que se va a realizar para dar cumplimiento al cuerpo del proyecto, el presupuesto que implica la implementación del proyecto y el tiempo estimado que va a llevar su desarrollo. Ver Anexo 5

- a) Actividades
 - ✓ Señalética General

✓ Señalética en senderos (Informativa)

b) Cronograma

CRONOGRAMA											
N.-	Componente	Actividad	Mes 1.				Mes 2				
			1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Señalética General	1.1 Panel de Información Principal	■								
		1.2 Servicios Higiénicos		■							
		1.3 Salida de evacuación.			■						
		1.4 Mapa de evacuación				■					
		1.5 Extintor				■					
		1.6 Cocina					■				
		1.7 Recepción						■			
		1.8 Comedor							■		
		1.9 Zona de camping								■	
		1.10 Parqueadero									■
		1.11 Basurero									■
2	Señalética Informativa en Senderos	2.1 Panel informativo					■				
		2.2 Panel identificativo						■			
		2.3 Orientativo								■	
		2.4 Identificativo de final del recorrido.									■

c) Presupuesto

PRESUPUESTO					
N.-	Componente	Actividad	Descripción	Cantidad	Valor Total
1	Señalética General	1.1 Panel de Información Principal	Son letreros de madera con sombrilla.	3	450
		1.2 Servicios Higiénicos	Letrero de plástico	2	6
		1.3 Salida de evacuación.	Letrero de plástico	3	9
		1.4 Mapa de evacuación	Letrero de plástico	2	10
		1.5 Extintor	Letrero de plástico	3	9
		1.6 Cocina	Letrero de plástico	1	3
		1.7 Recepción	Letrero de plástico	1	3
		1.8 Comedor	Letrero de plástico	1	3
		1.9 Zona de camping	Letrero de plástico	2	6
		1.10 Parqueadero	Letrero de plástico	1	3
		1.11 Basurero	Letrero de plástico	7	21
2	Señalética Informativa en Senderos	2.1 Panel informativo	Sera tallado en madera	3	360
		2.2 Panel identificativo	De madera y tallado.	11	1.100,00
		2.3 Orientativo	De madera	11	44
		2.4 Identificativo de final del recorrido.	Tallado en madera	3	360
		TOTAL			2387

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 3.

- ✓ Promover un desarrollo socio-cultural local, que eleve la calidad de vida de los socios de la Asociación Sincholahua y de los colaboradores presentes dentro del sector “La Merced”.

4.12 PROYECTO N.- 5. Capacitación de atención y servicio al cliente dirigido a los trabajadores de la zona turística del sector “La Merced”.

4.12.1 Localización geográfica del proyecto.
El presente proyecto se encuentra ubicado dentro del sector “La Merced”. Ubicado al nor-orientado del barrio Pedregal, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.
4.12.2 Objetivo (s) del proyecto.
Capacitar al personal encargado de servicio y atención al cliente, dentro del sector “La Merced, para ofrecer satisfacción y calidad al turista.
4.11.3 Meta(s)
Organizar capacitaciones de atención y servicio al cliente, dirigido a los actores que interactúen con los turistas que visiten el sector “La Merced”, dichas capacitaciones duraran aproximadamente un mes y una semana desde su panificación.
4.12.4 Beneficiarios.
Dentro de los beneficiarios del presente proyecto se encuentran de manera directa los futuros empleados que ofrecerán sus servicios a los turistas que ingresen al sector “La Merced”. De manera indirecta los beneficiarios serán los turistas que ingresan al sector, y a su vez los socios de Asociación Sincholahua.
4.12.5 Efectos (Impactos).
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicio y atención de calidad dirigido hacia los turistas. ✓ Satisfacción y fidelidad de parte de los turistas hacia el sector “La Merced”
4.12.6 Desarrollo.
Dentro del desarrollo se identifica las actividades directas y específicas que se va a realizar para dar cumplimiento al cuerpo del proyecto, el presupuesto que implica la implementación del proyecto y el tiempo estimado que va a llevar su

desarrollo. Ver Anexo 6

a) Actividades

✓ Preparación

✓ Ejecución

✓ Evaluación.

✓ Acreditación.

b) Cronograma

CRONOGRAMA							
N.-	Componente	Actividad	Mes 1.				Mes 2
			1	2	3	4	1
1	Preparación	1.1 Planificación	■				
		1.2 Plan de facilitación		■	■		
2	Ejecución	2.1 Presentación de participantes				■	
		2.2 Expectativas				■	
		2.3 Taller de Atención al Cliente.				■	
		2.4 Taller de servicio , etiqueta y protocolo				■	
		2.5 Plan de Acción				■	
3	Evaluación	3.1 Evaluación Intermedia					■
4	Acreditación	3.2 Entrega de certificados					■

c) Presupuesto					
CRONOGRAMA					
N	Componente	Actividad	Descripción	Cantidad	Valor Total
1	Preparación		Alimentación	20	60
		1.1 Planificación	Transporte	5	50
		1.2 Plan de facilitación			
	Ejecución	2.1 Presentación de participantes	Conjuntos de materiales(cada conjunto comprende de un cuaderno de 20 hojas, dos esferos, un marcador negro, lápiz y borrador)	8	16
		2.2 Expectativas	Tarjetas de cartulina	16	1
		2.3 Taller de Atención al Cliente.	Folleto impreso	8	12
		2.4 Taller de servicio , etiqueta y protocolo	Folleto impreso	8	12
2		2.5 Plan de Acción			0
3	Evaluación	3.1 Evaluación Intermedia	Impresiones	80	4
4	Acreditación	3.2 Entrega de certificados	Otorgados por el municipio		0
		TOTAL			155

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 3.

- ✓ Promover un desarrollo socio-cultural local, que eleve la calidad de vida de los socios de la Asociación Sincholahua y de los colaboradores presentes dentro del sector “La Merced”.

4.13 PROYECTO N.- 6.- Planteamiento de estrategias de promoción turística para el sector “Las Merced”.

4.13.1 Localización geográfica del proyecto.

El presente proyecto se encuentra ubicado dentro del sector “La Merced”. Ubicado al nor-oriente del barrio Pedregal, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

4.13.2 Objetivo (s) del proyecto.

Identificar las posibles estrategias que permitan promocionar turísticamente al sector “La Merced”, para su comercialización.

4.13.3 Meta(s).

Identificar estrategias de comercialización y promoción turística para el sector “La Merced”, mediante la identificación de las 4 P’s (Producto, precio, plaza y promoción) este proceso estará comprendido aproximadamente en un mes y una semana desde su planificación.

4.13.4 Beneficiarios.

Dentro de los beneficiarios del presente proyecto se encuentran de manera directa al desarrollo turístico del sector “La Merced” (Asociación Sincholahua). De manera indirecta los beneficiarios serán los turistas que ingresan al sector.

4.13.5 Efectos (Impactos)

- ✓ Promoción y comercialización de los servicios turísticos que se ofrecen dentro del sector “La Merced”.
- ✓ Satisfacción y fidelidad de parte de los turistas hacia el sector “La Merced”

4.13.6 Desarrollo.

Dentro del desarrollo se identifica las actividades directas y específicas que se va a realizar para dar cumplimiento al cuerpo del proyecto, el presupuesto que implica la implementación del proyecto y el tiempo estimado que va a llevar su desarrollo. Ver Anexo 7

- a) Actividades
 - ✓ Estrategias de promoción y mercadeo

b) Cronograma

CRONOGRAMA							
N.-	Componente	Actividad	Mes 1.				Mes 2
			1	2	3	4	1
1	Estrategias de promoción y mercadeo	1.1 Estrategias de producto	■				
		1.2 Estrategias de precio		■			
		1.2 Estrategias de plaza			■		
		1.3 Estrategias de promoción.				■	■

c) Presupuesto

CRONOGRAMA							
N.-	Componente	Actividad	Descripción	Cantidad	Valor T		
1	1.1 Estrategias de producto	1.- Creación de afiches	Toma de fotos	0			
			Impresión de los afiches	300			
		2.- Preparación a guías	Contratar a expertos	2			
			Generar el cronograma	0			
		3.- Capacitación a los guías en primeros auxilios.	Contratar a expertos(Cruz Roja)	2			
			Contratar a expertos en el cuidado de los caballos.	1			
		4.- Los empleados serán impecables	Uniforme:	8			
		2	Estrategias de Precio	1.- Oferta en precios	El mesero recepta los afiches.	0	
					Entregados uno por grupo	0	
				2.- Por actividades de cabalgatas y caminatas realizadas se les dará un refrigerio.	Preparación del menú.	0	
Preparación de los alimentos para el refrigerio.	0						
4.- A los niños de hasta 12 años no se les cobrará el alojamiento.	Crear una base de datos			0			
	Solicitar documentos de identificación			0			
3	3.1 Estrategias de plaza	1.- Ofrecer imágenes de la cultura y de los atractivos.	Jerarquizar y fotografiar	0			
			Imprimir las fotos en postales.	100			
		2.- Publicidad del sector "La Merced"	Contratar un programador	1			
			Obtener información relevante del sector	0			
		3.- Contactarse con las agencias operadoras	Contratar los servicio telefónico y internet	1			
			Crear una base de datos de las agencias operadoras	0			
		4.- Comunicación con agencias receptoras	Clasificación de las agencias receptoras de la ciudad de Quito.	0			
			Crear convenios con agencias	0			
		4	4.1 Estrategias de promoción.	1.- Por cada 8 turistas de un mismo grupo se aplica una gratuidad.	Ofrecer servicios y actividades para grupos.	0	
					Conocer el número de turistas	0	
2.- Almuerzo a mitad de precio.	Determinar el precio			0			
	Identificar el canal			0			
3.- Contratación de un espacio publicitario	Contratar un diseñador publicitario.			1			
	Confección de gorras			50			
4.- Kit de caminata	Confección de bolsos			50			
	Adquisición de toma todos			50			
	Impregnar la marca en los toma todos.			50			
5.- Participar en la feria dominical organizado por el GAD de Mejía.	Coger cupo de participación						
	Realizar tripticos y flypaper con información del sector "La Merced".	100					
		TOTAL					

4.14. ANÁLISIS

El desarrollo del presente programa de fomento turístico para el sector “La Merced” , está compuesto por seis proyectos propuestos para el fomento y cumplimiento de las estrategias establecidas, estas estrategias fueron constituidas en base a la matriz FODA cruzada, que permite trabajar estrategias del sitio mismo y así fomentar el turismo.

El tiempo estimado en que se lleve a cabo el presente programa de fomento es de 15 meses, tiempo en el cual comprende el cumplimiento de las actividades turísticas propuestas dentro del sector “La Merced”, para el desarrollo de todo el programa se requiere\$ 33.425,13 de inversión aproximadamente, la iniciativa será valorada y aplicada por el actor activo dentro del sector que es la Asociación Pecuaria Sincholahua.

El impulso del presente programa de fomento Turístico está basado en las líneas estratégicas de desarrollo del Cantón Mejía que trata sobre el “Desarrollo de destinos y facilitación Turística”, y además trabajando estrategias basadas en los componentes del turismo sostenible que son el ámbito económico, ámbito ambiental y ámbito socio- cultural, para de esa manera desarrollar un turismo sostenible.

Cada uno de los proyectos brinda un aporte económico y un impulso turístico para el sector “La Merced”, pues mediante su cumplimiento se fomentara el turismo y activara económicamente al sector.

CONCLUSIONES

- ✓ Mediante la fundamentación correcta de términos con su respectivo concepto y análisis, se puede establecer una investigación de calidad basada en la ciencia y en el conocimiento de especialistas tanto en turismo como en planificación territorial.
- ✓ El desarrollo del diagnóstico participativo determinó problemas relevantes como: La escasa señalética dedicada a la flora y fauna a nivel del Cantón Mejía; los emprendimientos turísticos a nivel cantonal son desarrollados en su mayoría empíricamente; Animales en peligro de extinción y desaparición de especies; las personas de la localidad del Pedregal no manejan el idioma inglés; el sector “La Merced” no cuenta con infraestructura básica como vivienda y transporte. A la vez el diagnóstico estableció capacidades como; La dirección de talento humano y social del GAD de Mejía presta asesoramiento para la creación de pequeñas y medianas empresas; los pobladores del barrio Pedregal combinan sus actividades diarias como ganadería y rodeos con el turismo; el Parque Nacional Cotopaxi cuenta con programas de protección y manejo para el proceso eruptivo que está atravesando el volcán Cotopaxi; el sector La Merced posee grandes extensiones de pajonales lo cual abarca variedad de flora y fauna; la Asociación Pecuaria Sincholagua, es un actor activo dentro del sector “La Merced”, jurídicamente constituida,
- ✓ Una red de actores locales como el Gobierno Autónomo Descentralizado de Mejía, el Ministerio del Ambiente, Operadoras Turísticas, Guías Nativos del Pedregal, Hosterías aledañas al sector y como principal actor la Asociación Pecuaria Sincholagua, permiten una gestión y un desarrollo favorable para el sector “La Merced”.
- ✓ El perfil del turista que visita el barrio Pedregal sector Norte del Parque Nacional Cotopaxi es el siguiente: En su mayor parte son de género masculino entre los 25 y 65 años, de nacionalidad ecuatoriana, viajan en

familia y en grupo de amigos, repiten la visita, el tiempo de visita es por más de dos días, prefieren una hostería como alojamiento, también están dispuestos a utilizar una tienda de acampar, prefieren actividades de cabalgatas, caminatas (senderismo), ciclismo y pesca deportiva, utilizan servicios como alojamiento, alimentación y recreación, generalmente prefieren consumir platos típicos del sitio, viajan en transporte propio, organizan sus viajes solos, eligen este destino por su entorno natural, conocen del sitio por medio de familiares y amigos, generalmente practican turismo de aventura turismo de naturaleza y turismo vivencial, están dispuestos a pagar entre 40 y 60 dólares por día.

- ✓ El sector “La Merced” tiene una vocación territorial para desarrollar turismo de aventura, turismo de naturaleza y turismo vivencial, actividades que permiten el desarrollo de sus recursos tanto naturales como culturales.
- ✓ Mediante el planteamiento de objetivos estratégicos y estrategias locales se determinó el desarrollo de seis proyectos que son: Identificar sitios adecuados para la implementación de camping con facilidades; Plan de negocios para la implementación de un restaurante campestre; Diseñar senderos que permitan la apreciación de flora, fauna; Implementar señalética tanto informativa como turística mediante la identificación de sitios estratégicos; Organizar capacitaciones de atención y servicio al cliente, dirigido a los actores que interactúen con los turistas que visiten el sector “La Merced” y Plantear estrategias de promoción, dicho proyectos permiten el **Fomento Turístico** del sector “La Merced”.
- ✓ El tiempo estimado para el desarrollo de los seis proyectos es aproximadamente quince meses y se requiere de una inversión de 33.425,13 para su ejecución, de lo cual será cubierto en el 62.82% por los socios de la Asociación Pecuaria Sincholahua, mientras que el 37.18% a través de un financiamiento.

- ✓ El programa de **Fomento Turístico** dentro del sector “La Merced” si permite el desarrollo económico tanto para el sector como para la localidad, mejorando así la calidad de vida a su alrededor .
- ✓ Los objetivos estratégico planteados mantienen como base un Desarrollo Sostenible por cada componente como lo es para el ámbito económico: Planificar el desarrollo del sector “La Merced”, en función de las necesidades identificadas, mediante un criterio técnico, para el ámbito ambiental: Proteger y desarrollar los recursos naturales y culturales para el desarrollo de la identidad del sector “La Merced”, y para el ámbito socio-cultural : Proteger y desarrollar los recursos naturales y culturales para el desarrollo de la identidad del sector “La Merced”.
- ✓ Mediante una planificación territorial se establecen líneas estratégicas que permiten el desarrollo de un **Programa de Fomento Turístico** que consta de proyectos y actividades que mediante su cumplimiento se genera el progreso del sector “La Merced”.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a la población del barrio Pedregal continuar desarrollándose económicamente con dirección al fomento turístico y comercial, ya que por su ubicación estratégica dentro de la avenida de los volcanes posee afluencia turística aceptable.
- ✓ La Asociación Pecuaria Sincholahua, al tener a su cargo el desarrollo del sector “La Merced”, debe establecer políticas y estratégicas que permitan el desarrollo de planes y programas turísticos, pues cuenta con recursos naturales y culturales que permiten esta creación.
- ✓ Es indispensable el continuo levantamiento de información tanto de las nuevas tendencias del mercado turístico, como de la información turística por parte de la Dirección de Turismo del GAD de Mejía puesto que permanentemente se está innovando tanto en servicios como en actividades dentro de su jurisdicción.
- ✓ A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-Latacunga se recomienda desarrollar académicamente planes de estudio relacionados con estrategias de gestión pública, ya que el turismo es manejado a nivel territorial, por lo tanto su planificación es vista por medio de la administración sectorial pública y por lo tanto la información es limitada para el desarrollo de proyectos de pregrado

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Alvarez, C. (1997). *Planificación Estratégica*. Lima.
- ✓ Anaguano, M. (2009). *Propuesta Estratégica Para La Sostenibilidad De La Economía Local De Mejía*. Quito.
- ✓ Asociación De Guías. (2015). *Reglamento De Funciones*. Quito.
- ✓ Asociación Pecuaria Sincholahuá. (2010). *Estatuto De La Asociación Pecuaria Sincholahuá*. Quito.
- ✓ Blecua, A. (2013). *Fomento Productivo*. Perú.
- ✓ Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- ✓ Carvajal, L. (2011). *Desarrollo Local: Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local*.
- ✓ Ciudadana, L. O. (2014). *Ley Orgánica De Participación Ciudadana*. Quito.
- ✓ Codespa, F. (2011). *Modelo De Gestión De Turismo Rural Comunitario De Codespa*. Perú.
- ✓ Concope. (2011). *Fomento Turístico Provincial*. Quito: Wolfgang.
- ✓ Congope. (2013). *Caja de Herramientas de Apoyo a la Gestión Territorial del Turismo*. Quito: Anonima.
- ✓ Cootad. (2010). *Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización*. Quito.
- ✓ Copyfp. (2010). *Código Orgánico De Planificación y Finanzas Públicas*. Quito.
- ✓ Cumbajin, M. (2016). *Ingreso de Cabezas de Ganado de la Asociación Pecuaria Sincholahuá*. Machachi.
- ✓ Ecuador, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- ✓ Ecuador, C. P. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Quito.
- ✓ Fotiu, S. (2010). *Buenas Prácticas de Turismo Sostenible*. Quito.
- ✓ Gallicchio, E. (2004). *El Desarrollo Local en América Latina. Estrategia Política*. Uruguay.

- ✓ Gobierno Autónomo Descentralizado De Mejía. (2010). *Gobierno del Cantón Mejía*. Recuperado El 10 De Abril De 2016, De [Http://Municipiodemejia.Gob.Ec/Downloads/Lotaip2013/A/Estructura%20org%C3%81nico%20funcional/Estatuto_de_Gestin_Organizacional_por_Procesos.Pdf](http://Municipiodemejia.Gob.Ec/Downloads/Lotaip2013/A/Estructura%20org%C3%81nico%20funcional/Estatuto_de_Gestin_Organizacional_por_Procesos.Pdf)
- ✓ Gobierno Municipal de Mejia. (2014). *Guía Turística-Prestadores de Servicios*. Machachi: Cimax.
- ✓ Gobierno Provincial de Pichincha. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Provincial de Pichincha*. Quito.
- ✓ Gobierno Provincial De Pichincha. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Provincial de Pichincha*. Quito.
- ✓ Guañuna, L. (20 de Abril de 2016). Educación del Barrio del Pedregal. (A. Changoluisa, Entrevistador)
- ✓ Harneker, M. (2005). *Herramientas para la Participación*. Venezuela.
- ✓ Hernandez, E. (1991). *Planificación Turística*. Mexico: Trillas.
- ✓ Hostería Tambopaxi Cia.Ltda. (2008). *Reglamento Interno de Funciones de la Hosteria Tambopaxi*. Quito.
- ✓ Ibañez, R. (2007). *Tipologías y Antecedentes de la Actividad Turística*. Mexico.
- ✓ Inskip, E. (1994). *Planificación Turística Nacional y Regional*. Madrid: Omt.
- ✓ Jácome, F. (2009). *Guía Interpretativa del Parque Nacional Cotopaxi*. Quito.
- ✓ Junta Administradora de Agua Potable . (2010). *Libros de Actas de la Junta Administradora de Agua Potable Santa Ana y Loreto del Pedregal*. Machachi.
- ✓ *La Planificación 1986* ,Mexico, Digiprint
- ✓ Leiva, V. (2011). *Planificación y Gestión del Turismo como Estrategia de Desarrollo Económico Local y Productivo*. Chile.
- ✓ Lira, I. (2003). *Metodología para la Elaboración de Estrategias de Desarrollo Local*. Chile.

- ✓ Lira, I. (2003). *Metodología para la Elaboración de Estrategias de Desarrollo Local*. Chile: Copyright © Naciones Unidas.
- ✓ Lopez, C. (2015). Mejía: Valle de los 9 Volcanes. *Terra Incognita* , 33.
- ✓ Loza, L. (2014). *Productividad*.
- ✓ Medina, S. (2010). *Aspectos Economicos y Sociales del Turismo y Proyectos de Evaluación*.
- ✓ Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón. (2015). *Actualización Del Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial*. Machachi.
- ✓ Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón. (2011). *Plan de Desarrollo Estratégico del Canton Mejia*. Obtenido de [Www.Mejia.Gov.Ec](http://www.mejia.gov.ec)
- ✓ Mejía, Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón. (2016). *Planificación de Predios del Cantón Mejía*. Machachi: S.E.
- ✓ Mincetur, M. D. (2006). *Lineamientos para el Desarrollo de Turismo Rural Comunitario*. Peru.
- ✓ Ministerio De Turismo. (2008). *Reglamento de Actividades Turísticas del Ecuador*. Quito.
- ✓ Ministerio De Turismo. (2014). *Reglamento de Operación Turística de Aventura*. Quito.
- ✓ Ministerio Del Medio Ambiente. (2010). *Plan De Manejo Parque Nacional Cotopaxi*. Recuperado El 14 De Abril De 2016, De Plan De Manejo Parque Nacional Cotopaxi:
[Http://Suia.Ambiente.Gob.Ec/Documents/10179/242256/31+Plan+De+Manejo+Cotopaxi+1.Pdf/Ada6530d-Ec2f-41b0-Ba83-4b1391ad3445](http://suia.ambiente.gob.ec/Documents/10179/242256/31+Plan+De+Manejo+Cotopaxi+1.Pdf/Ada6530d-Ec2f-41b0-Ba83-4b1391ad3445)
- ✓ Ministerio Del Medio Ambiente. (2015). *Registro de Visitantes a las Areas Protegidas Del Ecuador*. Quito: S.E.
- ✓ Morales, M. (2006). *El Desarrollo Local Sostenible Constituye un Enfoque en la Conceptualización*. Vol 6.
- ✓ Mype. (2011). *Formulación de Proyectos Productivos Para Mype* . Perú.
- ✓ Nacion, M. D. (2004). *Herramientas Metodologica*. Argentina.

- ✓ Narváez Black, A. V. (2014). *Programas de Fomento Productivo una Nueva Estrategia de la Corporación Financiera Nacional para Fomentar el Desarrollo de Provincias y Sectores Desatendidos del País*. Quito: Epn.
- ✓ Omt. (2004). *Organizacion Mundialdel Turismo*. España.
- ✓ Ortegon, E. (2005). *Metodologia del Marco Logico para la Planificacion, el Seguimiento y la Evaluacion de Proyectos y Programas*. Chile.
- ✓ Paredes, P. (2009). *Desarrollo Local: Estrategia, Gestion ,Elemento,Caracteristicas,Dimensiones y Agentes*. *Voxlocaliz* , 1-14.
- ✓ Plandetur. (2007). *Plan Estrategico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador Hacia el Año 2020*. Quito.
- ✓ Prieto, J. (2005). *Los Proyectos: La Razon de ser del Presente*. Bogota: Digiprint Editores.
- ✓ Rodriguez, D. (2010). *La Region Interandina Ecuatoriana*. Bolivar.
- ✓ Saavedra, R. (2003). *Planificacion del Desarrollo*. Bogota: Geminis.
- ✓ Sanchez, M. (2005). *Manual de Trabajo Social*. Mexico: Plaza.
- ✓ Secretaría de Estado para Asuntos Económicos. (2014). *Manual para la Planificación de Productos Turísticos*. Perú: Lance Gráfico S.A.C.
- ✓ Senplades. (2013). *Plan Nacional Del Buen Vivir*. Quito.
- ✓ Tapella, E. (2007). *Mapeo de Actores Clave*. Cordoba.
- ✓ Toledo, C. (2000). *Del Circuloso Vicioso al Circulo Virtuoso*. Mexico: Plaza Valdez.
- ✓ Vasquez, G. (2010). *Guia Turistica y Ecologica*. Quito: Tallpa Publicidad.
- ✓ Vazquez, B. (2005). *Desarrollo Económico Local*.
- ✓ Viñales. (2009). *Viñales Culturales*. Obtenido de Viñales Culturales: [Http://Www.Pinarte.Cult.Cu/Vinales/Index.Php/92-Cat-Turismo-Sostenible/121-Articulo-Turismo-Sostenible-Desarrollo-Local](http://www.pinarte.cult.cu/vinales/index.php/92-Cat-Turismo-Sostenible/121-Articulo-Turismo-Sostenible-Desarrollo-Local)

LINKOGRAFÍA

- ✓ AMBIENTE, M. D. (2010). Plan de Manejo Parque Nacional Cotopaxi. Recuperado el 14 de Abril de 2016, de Plan de Manejo Parque Nacional Cotopaxi:
<http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/31+PLAN+DE+MANEJO+COTOPAXI+1.pdf/ada6530d-ec2f-41b0-ba83-4b1391ad3445>
- ✓ MEJIA, G. A. (2010). GOBIERNO DEL CANTON MEJIA. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de http://municipiodemejia.gob.ec/downloads/lotaip2013/A/ESTRUCTURA%20ORG%C3%81NICO%20FUNCIONAL/Estatuto_de_gestin_organizacional_por_procesos.pdf
- ✓ VIÑALES. (2009). Viñales Culturales. Recuperado el 16 de Mayo del 2016, de Viñales Culturales:
<http://www.pinarte.cult.cu/vinales/index.php/92-cat-turismo-sostenible/121-articulo-turismo-sostenible-desarrollo-local>

ANEXOS



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita **ANDREA DANIELA CHANGOLUISA CUMBAJIN**.

En la ciudad de Latacunga, a los 11 días del mes de Agosto del 2016.

Aprobado por:



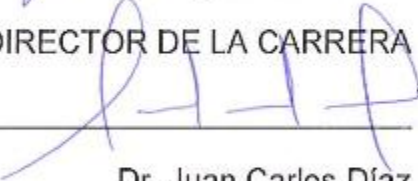
Ing. Maricela Pulloquina

DIRECTOR DEL PROYECTO



Ing. Carlos Albán

DIRECTOR DE LA CARRERA



Dr. Juan Carlos Díaz

SECRETARIO ACADÉMICO